

# Nuorisotakuutoimijoiden Internetin ja sosiaalisen median työkäyttö Pirkanmaalla

Minna Helynen

Tampereen yliopisto  
Informaatiotieteiden yksikkö  
Informaatiotutkimus ja  
interaktiivinen media  
Pro gradu -tutkielma  
Joulukuu 2015

TAMPEREEN YLIOPISTO, Informaatiotieteiden yksikkö  
Informaatiotutkimus ja interaktiivinen media  
HELYNEN, MINNA: Nuorisotakuutoimijoiden Internetin ja sosiaalisen median  
työkäyttö Pirkanmaalla.  
Pro gradu -tutkielma, 66 s., 1 liite.  
Joulukuu 2015

---

Internetin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median ohjelmistojen työkäyttö arkipäiväistyy kehittyneiden tietoverkkojen ja laitteiden takia. Parhaimmillaan niiden työkäyttö voi edistää ammatillista tiedonhakua ja viestintää, vuorovaikutusta eri sidosryhmien ja asiakkaiden kanssa fyysisestä sijainnista riippumatta sekä oman organisaation palveluista ja tapahtumista tiedottamista verkon välityksellä.

Tämän tutkimuksen lähtökohtana oli kartoittaa pirkanmaalaisten nuorisotakuutoimijoiden Internetin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median ohjelmistojen työkäyttöä sekä selvittää niiden käyttöä edistäviä ja estäviä tekijöitä. Tutkimustarpeen taustalla oli kaksi projektia (Seutunuotta ja Takuulla Tekemistä!), joiden yhtenä päätavoitteena oli edistää alueen nuorisotakuutoimijoiden verkkoviestintää. Tästä kuvailevasta tapaustutkimuksesta saatuja tuloksia on hyödynnetty projektien loppuraporteissa suositusten muodossa tulevaisuuden toimintoja varten.

Tutkimuksen aineisto kerättiin sähköisellä kyselylomakkeella syksyllä 2014. Linkki kyselylomakkeeseen lähetettiin 250:lle alueen nuorisotakuutoimijalle, joista 73 vastasi kyselyyn. Aineisto analysoitiin kvantitatiivisin menetelmin ja tulokset esitetään taulukoiden avulla.

Kyselylomakkeeseen vastanneista verkkopalveluita ja sosiaalista mediaa käyttää työtehtävissä 78 %, joista 44 % vähintään kerran viikossa. Työkäytön kolme suosituinta palvelua olivat *Facebook*, *Youtube* ja *Lync* (videoneuvotteluohjelmisto). Yleisimmät käyttötarkoitukset olivat tiedon etsiminen, oman organisaation palveluista tiedottaminen ja mainostaminen sekä viestintä asiakkaiden kanssa.

Suurin osa (88 %) vastaajista suhtautui myönteisesti verkkopalveluiden ja sosiaalisen median työkäyttöön, mutta 40 % koki osaavansa hyödyntää niitä heikosti. Suurin osa vastaajista koki, että verkkopalveluiden ja sosiaalisen median käytöstä on hyötyä työviestinnässä ja se edistää eri tahojen välistä yhteistyötä ja tietojen vaihtoa.

Kaksi suurinta haastetta verkon työkäytölle olivat useat viestintäkanavat ja ajanpuute. Ongelmallista vastaajien mukaan oli myös yhteisten pelisääntöjen ja selkeiden ohjeiden puuttuminen sekä kannustuksen vähyys.

Tutkimuksen tulosten pohjalta muodostetussa onnistuneen verkkoläsnäolon mallissa on esitetty osa-alueita, jotka edistävät verkkopalveluiden ja sosiaalisen median ohjelmistojen työkäyttöä. Digitaalisen sisällön jakaminen sekä verkkopalveluiden ja sosiaalisen median työkäyttö tulisi nähdä osana normaalia työtä ja siihen olisi varattava tarvittavat aika-, väline- ja koulutusresurssit.

Avainsanat: Internet, sosiaalinen media, tieto- ja viestintätekniikan työkäyttö, verkkoviestintä, nuorisotakuu

## Käsiteluettelo

<b>Digitaalinen työote</b>	Sen muodostumiseen vaaditaan sitoutumista, osaamista, asianmukaiset työvälineet, työympäristö, teknologia ja verkostot.
<b>Digitalisaatio</b>	Uuden teknologian mukanaan tuomat mahdollisuudet ja työkalut.
<b>ELY-keskus</b>	Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskukset hoitavat valtionhallinnon alueellisia toimeenpano- ja kehittämistehtäviä Suomessa. ELY-keskukset kehittävät ja tukevat taloudellista, sosiaalista ja ekologisesti kestävästä hyvinvointia.
<b>ESR</b>	Euroopan sosiaalirahasto, yksi Euroopan unionin rakennerahastoista.
<b>Euroopan komissio (EU)</b>	Toimielin, joka muun muassa valmistelee ja panee täytäntöön Euroopan neuvoston asettamia erilaisia säädöksiä ja päätöksiä ja valvoo niiden noudattamista EU:n jäsenvaltioissa.
<b>ICT</b>	Information and Communications Technology
<b>Internet</b>	Maailmanlaajuinen tietoverkko, joka yhdistää paikallisia tietoverkkoja toisiinsa.
<b>Nuorisotakuu</b>	Työ- ja elinkeinopalvelut tarjoavat nuorelle palvelua tai toimenpidettä viimeistään kolmen kuukauden kuluessa siitä, kun työnhaku on alkanut. Palvelu parantaa nuoren mahdollisuuksia selviytyä työmarkkinoilla ja löytää työpaikka. Nuorisotakuu edistää sijoittumista koulutukseen ja työmarkkinoille, estää työttömyyden pitkittymistä ja estää syrjäytymistä.
<b>Pilvipalvelu</b>	'Pilvessä' tarjottavat palvelut.
<b>Sosiaalinen media (some)</b>	Verkkoviestintäympäristöjä, joissa jokaisella käyttäjällä tai käyttäjäryhmällä on mahdollisuus olla aktiivinen viestijä, sisällöntuottaja sekä tiedon vastaanottaja
<b>Seutunuotta</b>	Nuorisotakuun yhteistyön ja verkkoviestinnän edistämishanke Tampereen kaupunkiseudulla 2013-2015.
<b>Takuulla tekemistä!</b>	Takuulla Tekemistä! Nuorisotakuun tiedotusta Pirkanmaalla -projektissa TAMK:in opiskelijat kirjoittivat blogeja ja kuvasivat lyhytvideoita nuorten kokemuksista ja mahdollisuuksista koulutus- ja työelämässä. Toiminta-aika 2013-2015.
<b>Tapaustutkimus</b>	Tutkimusote, missä paneudutaan muutamiin tapauksiin syvällisesti ja tutkitaan niitä eri puolilta. Tavoitteena ei ole löytää yleistä ja tyypillisiä piirteitä eikä syy-seuraussuhteita, vaan kuvailla ilmiöitä ja tehdä uusia havaintoja ja hypoteeseja.
<b>TE-palvelut</b>	Työ- ja elinkeinopalvelut eli TE-palvelut tarjoavat maksutta palveluja työnhakijoille, jotka asuvat Suomessa tai haluavat Suomeen töihin.

<b>Verkkokokous</b>	Kokous tai neuvottelu, joka pidetään Internet-verkkoa hyödyntäen. Jokainen osallistuja voi osallistua siihen omalta työpisteeltä.
<b>Verkkopalvelu</b>	Internet-verkkoon liitetyn tietojärjestelmän antamaa palvelua. tai Internetissä sijaitseva multimedia- tai sisältökokonaisuus.
<b>Viranomaistoimija</b>	Nuorisotakuun piirissä nuorisotyötä tekevät ja järjestävät kunnalliset ja yksityiset tahot, kuten oppilaitokset, Kansaneläkelaitos (Kela), Pirkanmaan TE-palvelut ja kuntaorganisaatiot. Viranomaistoimijat ovat kuntien nuorisotyöntekijöitä, opinto-ohjaajia, TE-palveluiden nuorten palvelujen työntekijöitä, nuorisotalojen ja pajatoiminnan ohjaajia, etsivän työn työntekijöitä, koulutuksen järjestäjiä, työllisyydenhoidon työntekijöitä sekä nuorten kanssa toimivia kolmannen sektorin edustajia.

# Sisällysluettelo

1	JOHDANTO .....	1
2	INTERNETIN JA SOSIAALISEN MEDIAN TYÖKÄYTTÖ .....	3
2.1	Teknologian käyttöönoton tärkeimmät selittäjät .....	3
2.2	Internetin verkkopalvelut ja sosiaalisen median ohjelmistot .....	5
2.3	Sosiaalisen median ja Internetin työkäyttö .....	7
2.4	Nuorten kanssa toimivien internetin käyttö .....	9
2.5	Internet ja sosiaalinen media työskentely-ympäristönä .....	11
2.6	Asenne uuden oppimiseen ja johdon merkitys .....	13
3	TUTKIMUSASETELMA JA KONTEKSTI.....	15
3.1.1	Nuorisotakuu edistää nuorten työllisyyttä.....	15
3.1.2	Takuulla tekemistä! Nuorisotakuun tiedotusta Pirkanmaalla .....	16
3.1.3	Seutunuotta - alueen nuorisotakuun koordinoitua .....	17
3.1.3.1	Verkkopalveluiden kuvaus .....	18
3.1.3.2	Seutunuotan vuorovaikutusvälineet ja verkkoneuvottelut.....	19
3.1.3.3	Yhteiset ja avoimet työkirjat .....	20
3.1.3.4	Seutunuotan kotisivut .....	21
3.1.3.5	Nuorillepaikkoja.fi –verkkotoimijakartta .....	22
3.2	Tutkimustrategia ja tutkimuskysymykset .....	23
3.3	Tutkimusmenetelmä ja tutkimusaineisto .....	24
3.3.1	Verkkoviestintäkartoituksen toteutus.....	25
3.3.2	Esikysely yhteistyön mahdollisuuksista ja haasteista .....	25
3.3.3	Verkkoviestintäkartoitus ja aineiston analysointi .....	26
4	TULOKSET .....	29
4.1	Esikyselyn tulokset .....	29
4.2	Verkkoviestintäkartoituksen tulokset.....	31
4.2.1	Vastaajien taustat .....	31
4.2.2	Teknologiset valmiudet .....	32
4.2.3	Toimintatavat ja käyttötarkoitukset .....	34
4.2.4	Osaaminen ja asenteet .....	41
4.2.5	Sosiaalisen median hyödyt ja haasteet .....	42
4.2.6	Resurssien hyödyntäminen ja pelisäännöt .....	45
4.2.7	Toiveita sosiaalisen median ja verkkoviestinnän käytön suhteen...	48
5	POHDINTA .....	49
5.1	Päätulosten yhteenveto.....	49
5.2	Teknologiset valmiudet.....	50
5.3	Toimintatavat ja käyttötarkoitukset .....	51
5.4	Osaaminen ja asenteet .....	56

5.5	Sosiaalisen median hyödyt ja haasteet .....	58
5.6	Arvio tutkimusprosessin luotettavuudesta, vahvuuksista ja heikkouksista ....	59
5.7	Jatkotutkimusaiheet.....	60
6	LOPPUPÄÄTELMÄT.....	61
	Lähteet.....	63
	Liite 1 Verkkoviestintäkartoitus	

# 1 JOHDANTO

”Teknologia muuttaa tapojamme työskennellä, kommunikoida ja tehdä yhteistyötä. Tulevaisuuden työelämässä menestyvät ne, joilla on paremmat taidot käyttää teknologiaa.” (NMC Horizon project preview 2012, 8).

Tietotekniikan käyttö lähes joka työtehtävässä on lisääntynyt viime vuosina huimasti ja se vyöryy lähes jokaiselle ammattialalle. Nykypäivänä on vaikea löytää ammattiryhmää, joka ei tarvitse tietoteknistä osaamista. Internetin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median ohjelmistojen käyttö erilaisissa organisaatioissa ja työyhteisöissä on arkipäiväistynyt kehittyneiden tietoverkkojen ja laitteiden takia.

Internetin verkkopalvelut ja sosiaalisen median käyttö työelämässä on ajankohtainen aihe. Niiden työkäyttöön liittyy paljon mahdollisuuksia, mutta myös haasteita. Verkkopalveluiden ja sosiaalisen median sovellukset mahdollistavat muun muassa sidosryhmien kanssa verkostoitumisen sekä tiedonhaun fyysisestä työpisteestä riippumatta. Sen avulla on myös mahdollista mainostaa oman organisaation palveluita asiakkaille ja muille sidosryhmille. Sovellukset muuttuvat jatkuvasti, mikä aiheuttaa koulutuspainetta. Yleinen huolenaihe on se, miten pysyä tietoisena sovellusten kehityksestä ja oppia käyttämään niitä.

Tässä tutkielmassa käsitellään Internetin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median ohjelmistojen käyttöä nuorten kanssa töitä tekevien toimijoiden näkökulmasta. Suomen verkkonurisotyön valtakunnallisen kehittämiskeskuksen (Verke) tekemän kyselytutkimuksen (n=915) mukaan 94 % nuorisotyöntekijöistä hyödyntää verkkoa työssään. Verken tutkimuksen mukaan Internetin käyttöä estävät muun muassa työntekijöiden osaamattomuus sekä epäselvät tavoitteet Internetin käytölle. Käyttöä edistää muun muassa oma motivaatio ja into sen käyttöön sekä ymmärrys siitä, että Internet on yksi luonnollinen osa asiakkaiden eli nuorten elämää. (Internetin käyttö kunnallisessa nuorisotyössä 2015, 4 ja 2 -21.) Internetin hyödyntäminen eri ammattialoilla on ajankohtainen aihe sekä työntekijän että organisaation näkökulmasta. Tässä tutkielmassa halutaan selvittää pirkanmaalaisten nuorisotakuutoimijoiden Internetin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median työkäyttöä.

Tutkimustehtävänä oli kartoittaa pirkanmaalaisten nuorisotakuutoimijoiden verkkopalveluiden ja sosiaalisen median ohjelmistojen työkäyttöä sekä sitä estäviä ja edistäviä tekijöitä. Tutkielman empii-

rinen aineisto kerättiin kyselylomakkeella, joka nimettiin *verkkoviestintäkartoitukseksi*. Tutkimusmenetelmänä on tapaustutkimus, missä tavoitteena on kuvailla juuri tämän tutkielman kohderyhmän Internetin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median ohjelmistojen työkäyttöä.

*Nuorisotakuutoimijoilla* tarkoitetaan tahoja, jotka tarjoavat nuorille palveluita liittyen työllistymiseen, koulutukseen hakeutumiseen, kouluttautumiseen ja uravalintaan liittyen. Heitä ovat esimerkiksi kuntien nuorisotyöntekijät, työllisyydenhoidon sekä työ- ja elinkeinopalveluiden nuorten ohjaajat, työpajaohjaajat sekä oppilaitosten opinto-ohjaajat.

Kunta- ja organisaatorajat ylittävän yhteistyöverkoston toimintaan osallistuminen herätti mielenkiinnon tutkia tarkemmin asiaa ja etsiä lisää tietoa verkon ja sosiaalisen median hyödyntämisestä kunta- ja organisaatorajat ylittävän hanketyön tukena. Ilmiön kuvauksen ja tulosten perusteella lukijat saavat käsityksen alueen nuorisotakuutoimijoiden Internetin ja sosiaalisen median hyödyntämisen nykytilasta ja siitä mitkä ovat sen käyttöä estäviä ja edistäviä tekijöitä. Tämä voi hyödyttää kaikkia kunta- ja organisaatorajat toiminnassaan ylittäviä organisaatiota.

Internetin ja sosiaalisen median työkäyttöä on tutkittu paljon eri näkökulmista (ks. esim. Jeyaraj, Rottman & Lacity 2006 ja Työolobarometri 2014). Tässä tutkielmassa perehdytään tarkemmin nuorten kanssa työskentelevien Internetin ja sosiaalisen median työkäyttöön luvussa kaksi, missä asiaa käsitellään myös työskentely-ympäristön muuttumisen näkökulmasta.

Luvussa kolme hahmotetaan tutkielman konteksti, johon liittyy oleellisesti kaksi projektia (Takuulla Tekemistä! ja Seutunuotta), jotka edistivät alueen verkkoviestintää. Tässä luvussa esitellään Seutunuotan verkkopalvelut, jotka toimivat esimerkkeinä Internetin verkkopalveluista ja sosiaalisen median ohjelmistoista. Tutkimusmenetelmä-, kysymykset sekä aineistonkeruuprosessi on kuvattu myös tässä luvussa.

Tutkielman tulokset esitetään luvussa neljä ja luku viisi sisältää tuloksiin liittyvät pohdinnat. Tutkielman päättää Johtopäätös -luku, jossa esitellään tuloksista tiivistetty Onnistuneen verkkoläsnäolon malli.



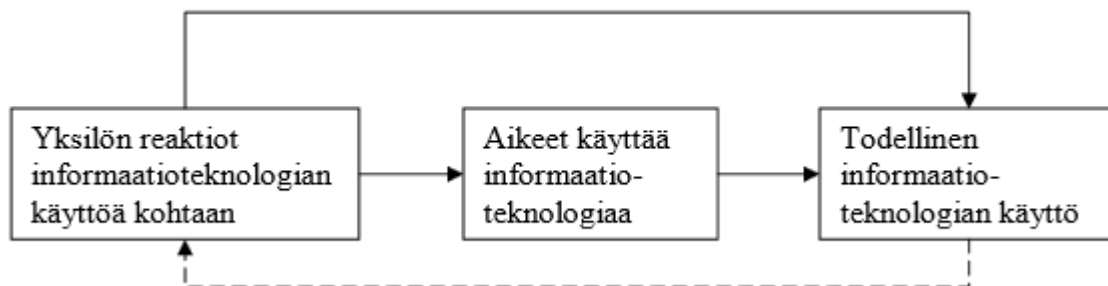
## 2 INTERNETIN JA SOSIAALISEN MEDIAN TYÖKÄYTTÖ

Tämän tutkielman pohjateorianana on henkilökohtaisen teknologian käyttöönoton malli, missä tuodaan esiin käyttöönottoon vaikuttavia tekijöitä. Internetin verkkopalvelut ja sosiaalisen median ohjelmistot ovat tutkielman keskeiset käsitteet. Niiden työkäyttöä on tutkittu Suomessa myös nuorten kanssa työskentelevien osalta. Lopuksi käsitellään Internetin ja sosiaalisen median ulottuvuuksia työskentely-ympäristössä.

### 2.1 Teknologian käyttöönoton tärkeimmät selittäjät

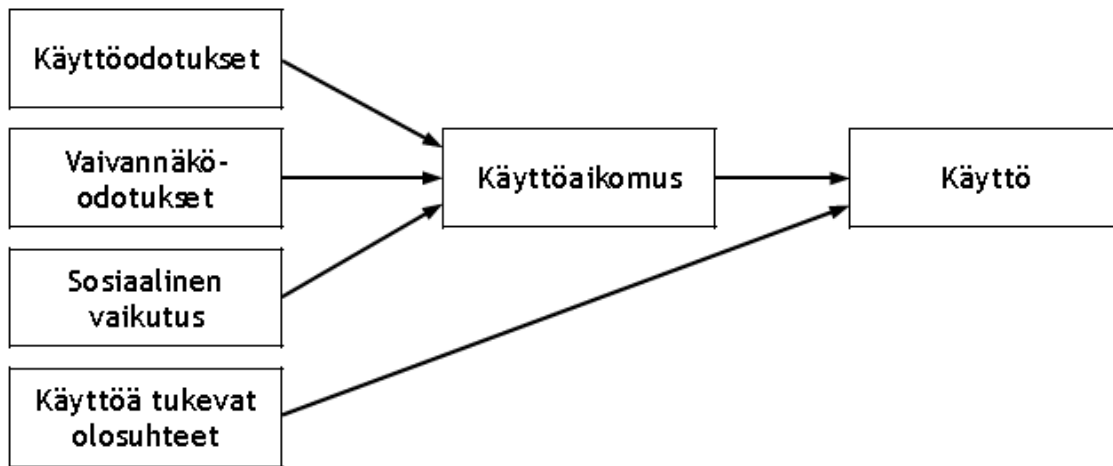
Teknologian henkilökohtaiseen käyttöönottoon vaikuttavat useat eri seikat. Ennen varsinaista teknologian käyttöä ja hyödyntämistä tarvitaan aikomusta käyttää- Käyttöaikomukseen taas vaikuttavat useat eri tekijät.

Venkatesh, Morris, Davis ja Davis (2003, 427) esittävät käyttäjän hyväksymisprosessimallin (kuvio 1) uuden teknologian käyttöönoton yhteydessä. Sen mukaan käyttäjän omat kokemukset ja mahdolliset ennakkoluulot järjestelmää kohtaan heijastuvat käyttöaikeisiin ja sitä kautta myös mahdolliseen käyttöön Käyttökokemukset muokkaavat yksilön reaktioita teknologian käyttöä kohtaan.



Kuvio 1. Käyttäjän hyväksyntäprosessimalli uuden informaatioteknologian käyttöönotossa (Venkatesh ym 2003, 427).

Käyttäjän teknologian hyväksymistä on selitetty Venkateshin ym. (2003, 425) mukaan UTAUT (Unified Theory of Acceptancy and Use of Technology) -mallilla (kuvio 2). Se on yhdistelmä kahdeksasta muiden tutkijoiden kehittämästä teknologian hyväksymismallista. UTAUT -mallissa teknologian käyttöä määräävät käyttöaikomus (*behavioral intention*) sekä käyttöä tukevat olosuhteet (*facilitating condition*).

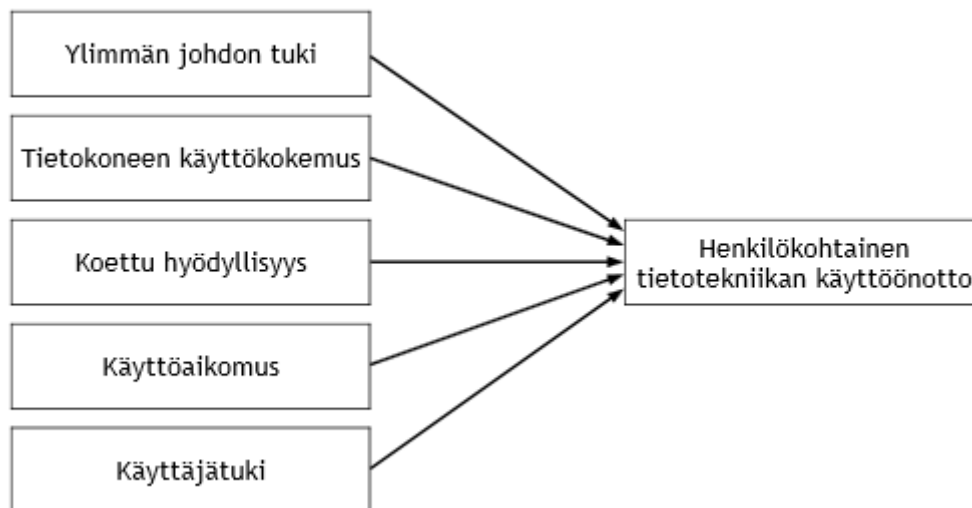


Kuvio 2. UTAUT-malli (Venkatesh ym. 2003, 453).

Käyttöaikomuksiin vaikuttavat käyttöodotukset (*performance expectancy*), vaivannäköodotukset (*effort expectancy*) sekä sosiaalinen vaikutus (*social influence*). Käyttöodotukset liittyvät käyttäjän omaan uskoon siitä, että järjestelmän käyttäminen edistää omaa työsuoritusta. Vaivannäköodotukset tarkoittavat käyttäjän odotuksia liittyen käytön vaatimaan vaivannäköön sekä kuinka helpoksi järjestelmän käyttö mielletään. Sosiaaliset vaikutukset liittyvät sosiaaliseen paineeseen käyttää teknologiaa ja käyttäjän käsityksen siitä, missä määrin hänelle tärkeät ihmiset haluavat hänen käyttävän uutta järjestelmää. Käyttöä tukevat olosuhteet liittyvät yksilön kokemukseen ympäröivän organisaation ja teknologian tuesta omassa teknologian käytössä. (Venkatesh ym. 2003, 453.)

Käyttö- ja vaivannäköodotuksiin, sosiaaliseen vaikutukseen sekä käyttöä tukeviin olosuhteisiin vaikuttavat myös neljä avainmuuttujaa, joita ovat sukupuoli, ikä, kokemus ja vapaaehtoisuus. Sukupuoli ja ikä vaikuttavat käyttöodotuksiin siten, että työsuorituskyvyn merkitys on suurin nuorille miehille. Sukupuoli, ikä sekä kokemus vaikuttavat vaivannäköodotuksiin. Käytön helppous on merkityksellistä erityisesti nuorille naisille käytön alkuvaiheissa. Sosiaaliin vaikutuksiin ovat yhteydessä sukupuoli, ikä, vapaaehtoisuus sekä kokemus siten, että vaikutus on suurin erityisesti vanhemmille naisille käytön alkuvaiheessa, kun käyttö on pakotettua. Helpottavien olosuhteiden merkitykseen ovat yhteydessä ikä ja kokemus. Erityisesti vanhemmille työntekijöille olosuhteiden merkitys on oleellinen. (Venkatesh ym. 2003, 467-470.)

Jeyarajin, Rottmanin ja Lacityn meta-analyysin (2006, 7) mukaan tärkeimmät henkilökohtaista tietotekniikan käyttöönottoa edistävät organisatoriset tekijät ovat ylimmän johdon tuki, tietokoneen käyttökokemus, koettu hyödyllisyys, käyttöaikomus sekä käyttäjätuki (kuvio 3). He päätyivät näihin tekijöihin kokoamalla vuosien 1992-2003 välillä tehtyjen sekä laadullisten että määrällisten tutkimuksien meta-analyysin avulla. (Jeyaraj ym. 2006, 1.) Heidän mallissaan nousee esiin käyttäjätuen merkitys.



Kuvio 3. Henkilökohtaista tietotekniikan käyttöönottoa edistävät tekijät (Jeyaraj ym. 2006, 7).

Nämä kolme mallia sisältävät henkilökohtaisen teknologian ja tietotekniikan käyttöönottoon vaikuttavia tekijöitä. Ensiksi tarvitaan aikomus käyttää ja sitten vasta varsinainen käyttö alkaa. Aikomukseen vaikuttavat muun muassa käyttö- ja vaivannäköodotukset, sosiaaliset vaikutukset sekä käyttöä tukevat olosuhteet, mihin muun muassa käyttäjätuella on oleellinen merkitys.

## 2.2 Internetin verkkopalvelut ja sosiaalisen median ohjelmistot

*Internetin verkkopalvelut ja sosiaalisen median ohjelmistot* ovat tämän tutkielman pääkäsitteitä. Internet on vaikeasti määriteltävä käsite ja sillä on useita eri ulottuvuuksia. Internet pakenee määrittelyjä (Suominen 2009, 11). Laaksonen, Matikainen ja Tikka (2013, 360) ovat tiivistäneet Internetin määritelmän seuraavasti: 'Internet (Suomessa käytetään myös nimitystä netti, verkko ja web) on digitaalinen tietoverkko, jonka keskeisiä sovelluksia ovat muun muassa www, sähköposti ja chat. Internet koostuu tuhansista kaupallisista, akateemisista ja valtiollisista verkoista, jotka on liitetty toi-

siinsa internet-protokollan avulla.’ Internetin määrittelyiden lähtökohtana voi olla tekniset, sosiaaliset, vuorovaikutukselliset tai hallinnolliset lähtökohdat. Tässä tutkielmassa internetin verkkopalveluilla tarkoitetaan internetissä olevia (yleensä avoimia) verkkopalveluita, joita voi hyödyntää verkostoitumiseen sekä oman työn tukemiseen. Esimerkiksi *Skype* ja *Lync* ovat internetin verkkoa hyödyntäviä verkkopalveluita.

Sosiaalinen media on tietoverkkoa ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita (Sanastokeskus TSK:n sosiaalisen median sanasto. 2010). Sosiaalinen media voidaan määritellä myös ryhmäksi verkkopohjaisia sovelluksia, jotka rakentuvat web 2.0:n tekniselle alustalle ja mahdollistavat käyttäjäsällön luomisen ja jakamisen. (Kaplan ja Haenlein 2010, 61.) Web 2.0 ytimenä voidaan ajatella olevan verkossa olevat palvelut, joita on mahdollista käyttää pelkästään selaimella. (Laaksonen & ym, 2013, 13).

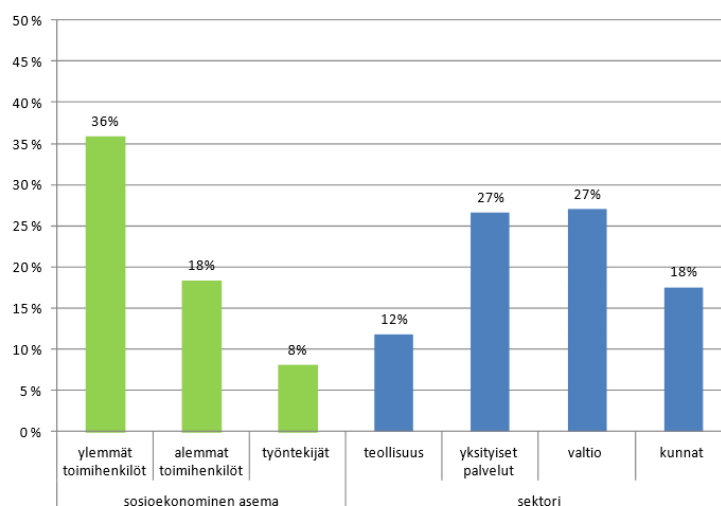
Sosiaalisella medialla tarkoitetaan myös Internetissä olevia selaimella toimivia palveluita, joihin käyttäjät luovat sisältöä itse. Lietsala ja Sirkkunen (2008, 25-26) määrittelevät sosiaalisen median välineet siten, että ne voidaan lajitella aktiviteetti tyyppien mukaisesti. Näitä ovat muun muassa sisällön tuotanto ja julkaisu, sisällön jakaminen sekä sosiaaliset verkostot. Sosiaaliselle medialle on tyypillistä myös monisuuntaiset verkostot kaksisuuntaisen sijaan. (Pehkonen, Lietsala & Franssila 2008, 89.)

Lammi (2013, 7-9) kategorisoi verkon työkalut tiedon jakamiseen, sosiaalisen tiedon hakuun sekä toimistoon *pilven* päällä. Pilvellä hän tarkoittaa internetissä olevan tiedon sijaintia. Tiedon jakamiseen ja sosiaalisen tiedon hakuun kuuluvat mm. *Facebook* ja *Twitter*. Pilvitoimistoon kuuluvat yhteisdokumentit kuten *Google Drive*. Tiedon jakamisen periaatteena hän pitää ajatusta siitä, että arvokasta tietoa jakava verkosto on resurssi, jota ylläpidät osallistumalla itse avoimen jakamisen talkoisiin (Lammi, 2013, 174). Sosiaalisen tiedonhaun ajatuksena on se, että joku, jonka tunnen, on varmasti jo etsinyt sellaista tietoa, jota juuri nyt tarvitsen (Lammi 2013, 99). Pilvitoimistosta hän nostaa esiin yhdessä työstettävien tiedostojen hyödyntämisen, joka vaatii myös asenteen jakamiseen ja keskenäisyyden sietoa. (Lammi 2013 186-187.)

## 2.3 Sosiaalisen median ja Internetin työkäyttö

Yhä useampi käyttää työssään sosiaalista mediaa ammattialasta riippumatta. Suomessa työelämän muutoksia on seurannut muun muassa työ- ja elinkeinoministeriö. Työelämäbarometri on julkaistu vuodesta 1992 lähtien ja sen tavoitteena on kertoa työelämän muutoksista ja laadusta palkansaajien näkökulmasta. (Työolobarometri 2014, 64.) Tuoreimmassa työolobarometrissä kysyttiin ensimmäistä kertaa sosiaalisen median työkäytöstä, koska sen suosio on ollut kasvussa muilla elämän alueilla. Tilastokeskuksen mukaan puolet 16–89-vuotiaista oli vuonna 2014 seurannut yhteisöpalveluja eli verkkosivustoja, jossa käyttäjä luo julkisen tai puolijulkisen profiilin. Muunkin sosiaalisen median, esimerkiksi blogien ja keskustelupalstojen, käyttö on entistä yleisempää. Sosiaalisen median seuraajia on huomattavasti enemmän kuin sisällöntuottajia. Eri sukupolvien aktiivisuudessa on huomattavia eroja, etenkin kaikkien vanhimpien ja nuorimpien ikäryhmien välillä. (Suomen virallinen tilasto, väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2014.)

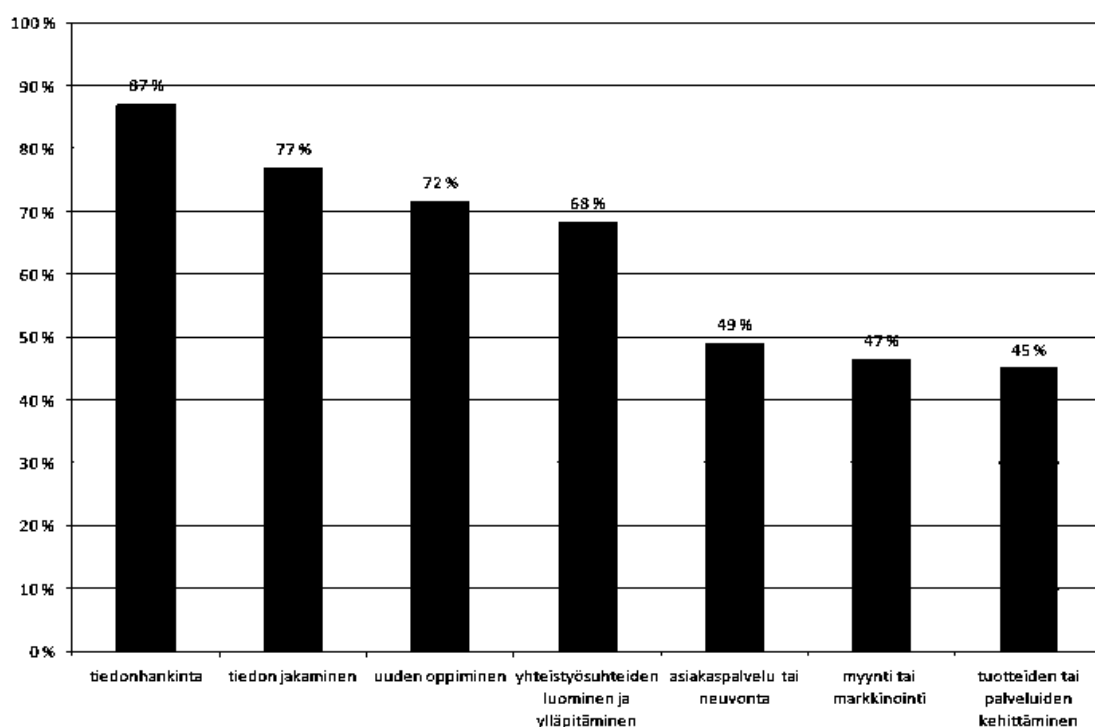
Kuviosta 4 ilmenee, että sosiaalisen median käyttö on yleisintä ylemmillä toimihenkilöillä, yksityisissä palveluissa ja valtion palkansaajilla. (Työolobarometri 2014, 26-27.) Työolobarometrin (35, 2014) mukaan vuonna 2014 joka viides palkansaaja, sekä miehistä että naisista, käytti sosiaalista mediaa työssään. Vaikka sosiaalista mediaa käyttävät yleensä nimenomaan nuoret ikäryhmät, palkansaajien kohdalla eroja eri-ikäisten välillä ei juuri ole. Enimmillään 23 prosenttia 35–44-vuotiaista käyttää sosiaalista mediaa työssään. Vähiten sitä hyödyntävät nuorimmat ja vanhimmat ikäryhmät (19–20 %).



KUVIO 4. Sosiaalisen median käyttö työssä sosioekonomisen aseman ja sektorin mukaan 2014 (%) n = 1722

(Työolobarometri 2014, 27).

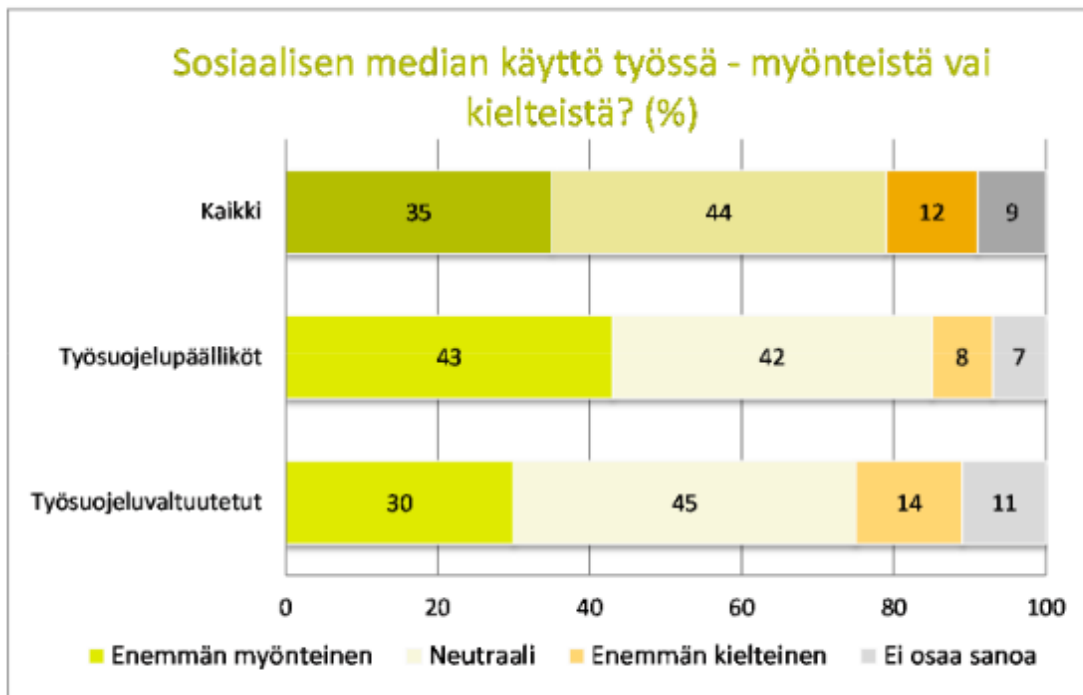
Kuvion 5 mukaan suurin osa käyttää sosiaalista mediaa töissä tiedon etsimiseen ja löytämiseen sekä uuden oppimiseen. Myös yhteistyösuhteita hoidetaan usein sosiaalisen median avulla. Hieman alle puolet sosiaalisen median työkäyttäjistä valitsi käyttötarkoitukseksi asiakaspalvelun tai neuvonnan, myynnin tai markkinoinnin sekä tuotteiden tai palveluiden kehittämisen. Muutamat vastaajat kertoivat käyttävänsä sosiaalista mediaa muuhunkin, esimerkiksi keskusteluihin, aloitteiden tekemiseen, palautteenantamiseen ja saamiseen, rekrytointiin, organisaationsisäisen vuorovaikutuksen välineenä, ongelmien ratkaisuun, kilpailijoiden toiminnan seuraamiseen, opettamiseen sekä hvin vuoksi tai henkilökohtaisiin tarkoituksiin (Työolobarometri 2014, 27-28).



KUVIO 5. Sosiaalisen median käyttötarkoitukset työssä vuonna 2014 n = 349. (Työolobarometri 2014, 28.)

Sosiaalisen median käyttö työssä koetaan yleensä myönteisenä tai neutraalina asiana. Toivasen ja Janhosen (2014, 20) mukaan suurin osa kokee enemmän myönteiseksi sosiaalisen median työkäytön (kuvio 6). Suurimmiksi hyödyiksi koettiin tiedotustoiminnan ja kontaktien ylläpidon tehostuminen, markkinointiin, imagoon ja näkyvyyteen liittyvät myönteiset vaikutukset sekä nopeus. Haasteina mainittiin epäselvät pelisäännöt, päätyön tekemisestä menetetty aika sekä se, että sitä käytetään myös omien asioiden hoitoon. Ongelmina mainittiin myös tietoturva ja yksityisyydensuojaan liittyviä huolia. Niistä työpaikoista, joissa sosiaalinen media on käytössä, noin puolessa on tehty linjaukset säh-

köpostin ja tietoverkon käytöstä henkilökohtaisten asioiden hoitoon, annettu ohjeet sosiaalisessa mediassa esiintymisestä ja laadittu yhteiset pelisäännöt sosiaalisen median käytöstä. (Toivanen & Janhonen 2014, 28.)



KUVIO 6. Sosiaalisen median työkäytön myönteisyys vai kielteisyys n = 498

(Toivanen & Janhonen 2014, 20).

## 2.4 Nuorten kanssa toimivien internetin käyttö

”Nuorten maailman lisääntyvä teknologiavälitteisyys edellyttää, että on kyky toimia tässä maailmassa välineitä käyttämällä, mutta myös tuntee elämänmuoto, jossa teknologiset välineet rakenteistavat arkisia toimia” (Kiilakoski 2012, 83).

Julkishallinnon verkkopalveluiden tutkimuksen (n = 1000) mukaan vuoden 2010 lopulla 60 % tutkituista (ikäryhmät 15-79 -vuotiaat) oli käyttänyt internetiä viimeisten kuuden kuukauden aikana päivittäin tai lähes päivittäin ja 22 % viikoittain. 15-24 -vuotiaista 100 % käytti internetiä vähintään viikoittain, 80 % päivittäin tai lähes päivittäin. (Julkishallinnon verkkopalvelut 2010, 5.) Viisi vuotta sitten on jo todettu internetin olevan osa kaikkien nuorten elämää. Toimijoiden on tultava ja oltava siellä jo pelkän verkkonäkyvyyden takia.

Kuntaliitto julkaisi huhtikuussa 2014 tulokset kuntien verkkoviestintä ja sosiaalisen median käyttö -kyselystä. Kysely on lähetetty vuosittain kuntien verkkoviestinnästä vastaaville. Tutkimukseen vastasi 170 vastaajaa ja vastausprosentti oli 53 %. Kuntaliiton kyselyn perusteella eniten kunnan organisaatioista sosiaalisen median eri kanavia käyttivät nuorisotoimi (80 %), kirjasto (70 %), kulttuuritoimi (55 %) ja keskushallinto (55 %). Useimmiten sosiaalisen median kanavia käytettiin Kuntaliiton tutkimuksen mukaan tapahtumista informointiin ja tiedonjakamiseen. Sosiaalisen median mahdollisuutta asiakaspalvelukanavana sen sijaan hyödynnettiin tutkimuksen mukaan vielä melko vähän (Kuntaliitto 2014).

Kuntaliiton toteuttaman tutkimuksen ja tämän tutkielman verkkoviestintäkartoituskyselyn mukaan organisaatioissa kaivattiin enemmän ohjeistusta sosiaalisessa mediassa toimimisesta sekä suunnitelmallista strategiaa. Näiden molempien tutkimusten perusteella havaittiin, että henkilöstö kaipasi opastusta ja koulutusta sosiaalisen median ja verkkoviestintätyökalujen käytössä. Kuntaliiton tutkimuksessa 67 % vastaajista ilmoitti, että sosiaalisen median palvelujen käytöstä ei ollut järjestetty lainkaan koulutusta (Kuntaliitto 2014).

Verkkoa on hyödynnetty nuorisotyön eri osa-alueilla ja sitä on tutkittu viime vuosina runsaasti. On selvitetty esimerkiksi internetin merkitystä lasten ja nuorten elämässä (Tossavainen 2008 ja Nasr & Puumalainen 2011), mediakulttuurin merkitystä nuorisotyössä (Kotilainen 2007 ja Matikainen 2009) sekä verkkopelaamista nuorisotyön välineenä (Pasanen 2010).

Verkon käyttöä etsivässä nuorisotyössä on myös tutkittu. Etsivä nuorisotyö on yksi nuorisotyön alue, jonka työtehtäväksi määritellään koulutuksen, työelämän sekä muiden julkisten palveluiden ulkopuolelle jääneiden alle 29-vuotiaiden tavoittaminen. (Puuronen 2014, 11.) Verkon on todettu olevan osa etsivien työskentelytapaa, yksi työmenetelmä sekä työn tekemisen paikka. Etsivät nuorisotyöntekijät pyrkivät tavoittamaan nuoret sieltä, missä he ovat. Sosiaalisen median välineet myös ymmärretään etsivän nuorisotyön ”tilaksi”. Männikön (2011) mukaan etsivän nuorisotyön tekijöiden monialainen yhteistyö on osa verkon hyödyntämistä (Puuronen 2014, 29).

Hyryn (2013, 2 ja 6) mukaan internetiä käyttää 92 % nuorisotyöntekijöistä työssään. Mitä pienempi kunta, sitä enemmän internetiä käytetään. Tässä kyselytutkimuksessa kysyttiin 872 nuorisotyöntekijältä ympäri maan muun muassa asennekysymys eli tuleeko kunnallisen nuorisotyön toimia internetissä. Vastaajista täysin samaa mieltä tai osin samaa mieltä yli 90 % vastaajista. Tämän tutkimuksen mukaan siis verkkoa käytetään paljon ja suhtautuminen sen käyttöön on positiivista.



Nuorisotyön eri tutkimuksissa ja selvityksissä on korostettu jo vuosia nuorten kanssa työskentelevien tarvetta reagoida verkon ja sosiaalisen median kasvavaan merkitykseen nuorten arjessa. (Marjetan 2011, 7 mukaan esim. Tervo-Hiltula 2011 ja Laine 2010.) Yksi tapa tutustua verkkomaailmaan on käyttää sitä itse oman työn tukena, mikä on yksi peruste verkon käyttöön toimijoiden oman (yhteis-)työn tukena. Marjetan (2011, 31) mukaan verkon hyödyntäminen toimijoiden yhteistyön edistäjänä ei ole niin yksinkertaista. Tiedon jakaminen ja teknisten työkalujen opetteleminen ja käyttöönotto on vaativaa. On paine ottaa verkkotyökaluja käyttöön eli muuttaa työskentelykulttuuria, mutta samalla pitäisi huomioida vaatimukset, joita ovat esimerkiksi taidot käyttää Internetin verkkopalveluita ja sosiaalista mediaa.

Internetin ja sosiaalisen median *opetuskäyttöä* kouluissa on tutkittu paljon eri näkökulmista. Opetusalan päätrendien mukaan sosiaalinen media muuttaa vuorovaikutusta ja esittämistä. Avoimuuden arvostus ja merkitys kasvaa. Omien laitteiden yleistymisen opetuksessa lisääntyy. Verkon resurssit ja vuorovaikutus haastavat opettajan ja kasvattajan roolia ja muuttaa oppimiskäsityksiä. (NMC Horizon project preview 2013, 5.) Nämä samat asiat vaikuttavat jokaisella ammattialalla ja nuorisotyönkenttä sekä työllisyydenhoito ja muut nuorisotakuun toteuttajat tulevat seuraamaan opetuspuolen trendejä tulevaisuudessa.

Nykykäsityksen mukaan verkon käyttö tuskin tulee vähenemään millään yhteiskunnan osa-alueella. Tutkimusten mukaan näyttää siltä, että työntekijöiden asenne verkon käyttöön on pääsääntöisesti myönteinen. Kysymys ei enää olekaan Internetin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median työkäytön olemassaolo, vaan se, että miten sitä parhaimmillaan käytetään.

## **2.5 Internet ja sosiaalinen media työskentely-ympäristönä**

”Kun työtä tai palvelua halutaan tehdä verkossa tai verkon avulla, on hyvä määritellä selkeästi se, mitä lisäarvoa verkon käyttämiseltä toivotaan ja mitä verkon ominaisuuksia erityisesti halutaan hyödyntää” (Marjeta 2011, 76).

Tämän päivän työelämässä tarvittavat tiedot ja taidot muuttuvat nopeasti. Enää ei riitä formaalinen kerran opiskeltu pätevyys ja työssä kokemuksen kautta opittu asiantuntijuus. Jatkuva kouluttautuminen ja muuttuvan tiedon etsiminen on välttämätöntä. Tämä korostuu erityisesti tehtävissä, missä työskennellään eri organisaatioissa ja fyysisesti eri toimipisteissä eikä tavata oman alan ihmisiä usein.

Pönkä ja Impiö (kuvio 7) ovat määritelleet sosiaalisen median piirteitä työskentely- ja oppimisympäristönä. Yksilön osalta he nostavat esiin kognitiiviset työkalut, henkilökohtaisen oppimisympäristön

sekä sisältöresurssit. Yhteisön kannalla oleellisia ovat yhteisölliset työkalut sekä oppimisresurssit ja yhteisöresurssit. Yksilö ja yhteisö kulkevat verkkomaailmassa siis yhdessä ja niitä yhdistää työkalut, oppimisympäristö sekä resurssit. Työkaluihin kuuluu oleellisesti jaetun asiantuntijuuden käsite, missä tiedon jakaminen, avoin vuorovaikutus sekä yhteistyön arvostus korostuu. Yksilön osalta oleellista on sisältöresurssien kohdalla tiedonhaun lisäksi jakamisen mahdollisuus. (Pönkä 2014, 207.)



KUVIO 7. Sosiaalinen media työskentely- ja oppimisympäristönä (Pönkä & Impiö. 2009).

Tiedonhaku ja verkostoituminen ovat oleellisia resursseja. Sosiaalinen media ja Internetin sovellukset mahdollistavat vuorovaikutuksen riippumatta osallistujien fyysisestä sijainnista. Pelkkä sosiaalisen median ja verkon työkalujen käyttöönotto ei riitä vaan on myös muutettava työtapoja. (Aalto 24.)

Engeströmin (1999, 346-347) kehittämä *solmutyöskentely* tarkoittaa yhteistoimintaa, jossa ”solmu” asian kanssa tekemisissä olevia ihmisiä kokoontuu ratkaisemaan jonkin akuutin ongelman tai asian mahdollisimman nopeasti. Toiminnalla ei ole välttämättä organisoitua rakennetta. Solmutyöskentelyyn tarvitaan eri osaamisalueita, joita ovat henkilökohtainen-, verkosto- ja organisaatio-osaaminen. Nämä osaamisalueet limittyvät keskenään. Pelkkä oma eli henkilökohtainen osaaminen ei siis riitä, vaan tarvitaan verkoston ja organisaation osaamista sen tukena.

Hakkarainen (2006, 12) puhuu *hybridisestä asiantuntijuudesta*, joka syntyy kun yksilöt intensiivisessä vuorovaikutuksessa ylittävät osaamisen rajoja ja syntyy sosiokulttuurinen järjestelmä. Tärkeällä sijalla nyky-yhteiskunnassa ovat myös *innovatiiviset tietoyhteisöt*, jotka on tietoisesti luotu tukemaan tiedon luomista palvelevaa, kohteellista älykkyyttä (Hakkarainen 2006, 17). Sosiaalisen median avulla on mahdollista osallistua erilaisten asiantuntijaryhmien toimintaan sekä jakaa tietoa eri tahojen kesken.

## 2.6 Asenne uuden oppimiseen ja johdon merkitys

”Marilyn once sang that diamonds are a girl's best friend. These days that's not true. ICT skills are a girl's best friend. Have them, and the diamonds will follow.” (Kroes 2013).

Elämme teknologisessa maailmassa – jotkut tutkijat väittävät, että suhteemme teknologiaan on aivan yhtä olennainen kuin suhteemme toisiin ihmisiin (Kiilakoski 2014, 43). Verkko tulisikin nähdä sovellusten sijasta toimintaympäristönä ja vaatisi isomman kulttuurisen muutoksen ajattelutavoissa. (Huttunen 2014, 17.) Verkon hyödyntämistä oman työn ja yhteistyön edistäjänä ei enää kielletä vaan enemmänkin mietitään sitä, että miten sitä voisi parhaimmillaan hyödyntää. Vehviläisen ja Koramon mukaan (2013, 71-72) asenne ja valmius monialaiseen yhteistyöhön nuorten kanssa toimijoilla on hyvä. Heidän mukaansa monialainen yhteistyö on koettu mm. asiantuntijatukena, tiedonvaihtona sekä erilaisen palveluohjauksen mahdollistajana. Heidän selvityksensä liittyivät ensisijaisesti oppilaitosyhteistyöhön, missä on tärkeää nähdä opiskelijan hyvinvointi kokonaisvaltaisemmin ja tämä kannustaa yhteistyöhön oman organisaation ulkopuolelle.

Bandura (1982, 125) kirjoittaa, että mitä enemmän aikuisilla on myönteisiä kokemuksia, sitä enemmän he luottavat omiin taitoihinsa. Myönteisiin kokemuksiin tarvitaan tilaisuus päästä itse kokeilemaan ja tekemään turvallisessa seurassa. Tähän tarvitaan aikaa ja asiantuntevaa ohjausta. Myönteisiin tietoteknisiin kokemuksiin tarvitaan myös toimivat laitteet. Toimivat laitteet ja riittävät tietotekniset valmiudet on nostettu esiin monialaisen verkkotyön lähtökohdaksi useassa eri lähteessä. (mm. Perehdytysopas monialaiseen verkkotyöhön 2014, 22 & Lauha 2014, 24–26.)

Barthin (2009) tekemän kyselytutkimuksen mukaan yksi tärkeimmistä työssä tarvittava taito on tehokas välineiden (erityisesti tietotekniikka) hyödyntäminen. Kyselytutkimuksen kohderyhmänä oli 3000 10 -vuotta sitten ammattiin valmistunutta amerikkalaista. (Scardamalia, Bransford, Kozma & Quellmalz, 2012, 6-7.) Tietotekniikan ja sen välineiden tuntemus ei siis enää ole mikään erityistaito, vaan se on osa jokaista ammattia ja ilman sitä ei tule toimeen enää lähes millään ammattialalla.

Sydänmaalakka (2002, 125-126) on määritellyt osaamisen tasoja sekä niihin liittyvät kolme ulottuvuutta. Organisaatio, osasto, tiimi, tehtävä ja yksilö ovat tasoja. Ulottuvuudet sisältävät muun muassa ydinosaamisen, prosessiosaamisen, funktionaalinen osaamisen sekä yleisosaamisen. Sekä tasot että ulottuvuudet vaikuttavat sekä yksilön että työyhteisön näkökulmaan osaamiseen liittyen ja osaamisvaatimukset eri tasoilla ja ulottuvuuksilla muuttuvat koko ajan. Eilisen päivän osaamisvaatimukset eivät välttämättä riitä enää tänään tai tulevaisuudessa. Yksilön on siis kehitettävä ja muutettava osaamistaan jatkuvasti.

Yksilön osaamiseen eli kompetenssiin sisältyy hänen tietonsa, taitonsa, asenteensa, kokemuksensa ja kontaktiverkostonsa. Osaamiseen liittyy myös kyky ja halu suoriutua hyvin tietystä tehtävästä. (Sydänmaalakka 2002, 138.) Pelkästään siis kokemus tai tieto ei riitä, vaan myös asenteella on merkitystä sekä yksilön että koko työyhteisön kannalta. Billettin mukaan (2011, 53) emme todennäköisesti ole halukkaita oppimaan jotain sellaista, mitä emme arvosta. Verkon käytön hyödyntäminen omassa työssä vaatii siis positiivista asennetta sekä osaamista ja laitteita verkon käyttöön.

Korpelaisen väitöskirjatutkimuksen (2011) tulokset osoittavat, että työntekijät haluavat oppia tieto- ja viestintäteknikka-järjestelmien käytön informaali oppimistapojen avulla, kuten kysymällä apua työtoverilta, ja että työntekijöiden sosiaalinen toimintaympäristö aiheuttaa eniten ongelmia käytön omaksumisen ja oppimisen aikana. Itseohjautuva käyttöönotto koetaan onnistuneena vaikka epäsystemaattisena tapana oppia tieto- ja viestintäteknisen järjestelmän käyttöä. Työntekijän omaa aktiivisuutta ja innostuneisuutta tarvitaan ja sen lisäksi organisaatio tukea uusien verkkotyökalujen käyttöönottoon.

Iduista tulisi kasvaa oivalluksia oman myönteisen kokemuksen kautta. Toimivat ja nykyaikaiset laitteet innostavat kokeilemaan uutta tietoteknistä sovellusta, joita tulee jatkuvasti lisää eri alueilta. Usein tarvitaan positiivinen kokemus vapaa-ajan internetin ja sosiaalisen median hyödyntämisestä ensin ja sen jälkeen on helpompi siirtyä niiden työkäyttöön.

Internetin ja sosiaalisen median käytöstä eri ammattialoilla sekä niiden työkäytön tarkoituksista tiedetään jo melko paljon. Ne muodostavat uudenlaisen työskentely-ympäristön, mikä vaatii toiminta- ja työskentelykulttuurin muutosta. Yksikön osalta edellytetään jatkuvaa osaamisen kehittämistä sekä positiivista asennetta muuttuvaa työympäristöä kohtaan. Tässä tutkielmassa halutaan selvittää tietyn maantieteelliseen alueen ja ammattiryhmän Internetin ja sosiaalisen median työkäytön määrää sekä sitä estäviä ja edistäviä tekijöitä.

### 3 TUTKIMUSASETELMA JA KONTEKSTI

Tutkielman lähtökohtana oli selvittää pirkanmaalaisten nuorisotakuutoimijoiden internetin ja sosiaalisen median työkäyttöä. Alueen nuorisotakuutoimijat olivat mukana myös kahdessa verkkoviestintää edistävässä projektissa, jotka toteuttivat osana omaa toimintaa tämän tutkielman aineistonkeruun verkkoviestintäkartoituskyselyn muodossa. *Seutunuotta ja Takuulla Tekemistä!* olivat Euroopan sosiaalirahaston (ESR) rahoittamia projekteja. Niiden molempien yhtenä päätehtävänä oli nuorisotakuutoimijoiden verkkoviestinnän edistäminen Pirkanmaan alueella. Seutunuotan päätoteuttajana oli Tampereen kaupunki ja Takuulla Tekemistä! -projektin päätoteuttajana oli Tampereen ammattikorkeakoulu (TAMK). (Euroopan unioni 2013/Seutunuotta ja Euroopan unioni 2013/Takuulla Tekemistä!).

Tämän tutkielman aineistonkeruuseen, -käsittelyyn ja -analysointiin osallistuivat Seutunuotan koordinaattori Minna Helynen, Takuulla Tekemistä! -projektin päällikkö Helena Tirronen sekä TAMK:in tradenomiopiskelijat Satu Kopra ja Sanna Ojanen. He hyödynsivät samaa aineistoa opinnäytetyössään 'Viestimisen uusi aikakausi – sosiaalisen median kanavat käyttöön: Verkkoviestintäkartoituskysely Pirkanmaan nuorisotakuutoimijoille' (Kopra ja Ojanen 2015).

Seutunuotassa otettiin käyttöön useita Internetin verkkopalveluita ja sosiaalisen median ohjelmistoja toimijoiden kesken. Yhtenä esimerkkinä nuorillepaikkoja.fi -toimijakartta, missä hyödynnettiin *Google Maps* -sovellusta eri palveluiden löytämiseen.

Tämä tapaustutkimus selvittää Pirkanmaan alueen nuorisotakuutoimijoiden Internetin ja sosiaalisen median käyttöä sekä sitä estäviä ja edistäviä tekijöitä. Tutkielman kohderyhmä oli iso (noin 250 henkilöä) ja maantieteellisesti laajalla alueella, joten kartoitus toteutettiin sähköisen kyselylomakkeen muodossa (verkkoviestintäkartoitus). Saadut vastaukset analysoitiin ja esitetään määrällisesti. Ennen varsinaisen kyselylomakkeen luomista tehtiin esikysely, jonka avulla hahmoteltiin kyselylomakkeen teema-alueita. Seuraavissa kappaleissa kuvataan tämän tutkielman kohdetoiminta sekä tutkimusstrategia, -kysymykset, -menetelmä ja -aineisto.

#### 3.1.1 Nuorisotakuu edistää nuorten työllisyyttä

Nuoret ovat työmarkkinoiden haavoittuvin ryhmä. Nuorisotyöttömyys on kasvanut ja nuorten kiinnittyminen yhteiskuntaan ja työelämään on vaikeutunut muun muassa työmarkkinoiden muuttumisen

ja talouden nopeiden suhdannevaihtelujen takia. Nykyiseen hallitusohjelmaan on kirjattu nuorten yhteiskuntatakuun toteuttaminen nuorten työllisyyden edistämiseksi ja syrjäytymisen ehkäisemiseksi. (Nuorten yhteiskuntatakuun työryhmän -raportti 2013.)

*Nuorisotakuu* tuli voimaan vuoden 2013 alusta ja se on luonteeltaan palvelulupaus, missä eri toimijat sitoutetaan toimimaan yhteisesti sovittujen tavoitteiden saavuttamiseksi. Nuorisotakuun tavoitteena on varmistaa jokaiselle nuorelle polku koulutukseen ja työhön ja sitä kautta yhteiskunnan jäseneksi. (Nuorten yhteiskuntatakuun työryhmän -raportti 2013.)

### **3.1.2 Takuulla tekemistä! Nuorisotakuun tiedotusta Pirkanmaalla**

Takuulla tekemistä -projektin<sup>2</sup> keskeinen tehtävä oli tuottaa sisältöä nuorille nuorisotakuun mahdollisuuksista nuorten itsensä kertomana ja nuorten keinoin blogitekstien ja videoiden avulla sosiaalisessa mediassa. Sisällöt toteutettiin pääasiassa nuorisotakuuta toteuttavien viranomaistahojen toimeksiantoina, mutta myös vapaita aiheita nuorten kokemuksista löytyy erityisesti blogista.

Blogitekstit on tallennettu Takuulla tekemistä! -blogialustalle ja videot *Youtube*:en projektin tilille, josta sisällöt ovat jaettavissa toimeksiantajien, nuorten ja muiden tahojen käyttöön omille sivuille linkitettäväksi ja omille verkostoille jaettavaksi. Julkaistut blogitekstit ja videot on aina jaettu myös projektin *Facebook*-sivulla ja silloin tällöin *Twitter*:ssä ja *Instagram*:ssa. Takuulla Tekemistä! -projektin toiminta-aika oli 06/2013-04/2015. (Takuulla tekemistä! Nuorisotakuun tiedotusta Pirkanmaalla.)

Verkkoviestintäkartoituksen tekeminen kuului Takuulla Tekemistä! -projektin projektisuunnitelmaan. Seutunuotan osallistuminen kartoituksen suunnitteluun sekä tekemiseen tuki myös Seutunuotta-projektin tavoitteita, joista yksi tärkein oli verkkoviestinnän kehittäminen toimijoiden kesken sekä ylipäänsä Internetin työkäytön edistäminen. Seutunuotan ohjausryhmä päätti, että myös Seutunuotta osallistuu verkkoviestintäkartoituksen tekemiseen. Projektien yhteistyö mainittiin molempien projektien projektisuunnitelmissa, joten kartoituksen tekeminen yhdessä oli siitäkin syystä perusteltua ja järkevää.

---

<sup>2</sup> <http://takuullatekemista.blogspot.fi/>

### 3.1.3 Seutunuotta - alueen nuorisotakuun koordinointia

Seutunuotta-projekti<sup>1</sup> oli Tampereen kaupunkiseudulla toteutettava hanke, joka kehitti ja tiivisti nuorisotakuun yhteistyötä ja viestintää alueen toimijoiden kesken. Lähtökohtana projektissa oli olemassa olevien resurssien tehokkaampi hyödyntäminen ja kuntien nuorten ohjaus- ja palveluverkoston työn tukeminen koulutukseen hakeutumisen, koulutuksen keskeyttämisen ehkäisyn ja työllistymisen näkökulmasta.

Projektin kohderyhmä sijaitsi eri toimipisteissä sekä eri organisaatioissa. Projektin käynnistäjät halusivat ottaa verkkoviestinnän edistämisen mukaan projektin toimintaan tehostamaan yhteistyötä yli organisaatio- ja kuntarajojen. (Euroopan unioni. 2013 / Seutunuotta.) Tämän tutkielman tekijä toimi Seutunuotta-projektin koordinaattorina sen koko toiminta-ajan. Hän tutustui läheisesti nuorisotakuutoimijoiden perustyöhön sekä toteutti projektin tehtäviä.

Seutunuotan toiminnassa hyödynnettiin useita verkkopalveluita ja sosiaalisen median sovelluksia. Niiden käytön tavoitteena oli tutustuttaa ja innostaa nuorisotakuutoimijoita niiden hyödyntämiseen oman toiminnan tukena. Seutunuotan koordinaattori oli mukana käynnistämässä ja rakentamassa *Nuorillepaikkoja.fi* -verkkosivustoa. Sen tavoitteena oli parantaa alueen nuorisotakuutoimijoiden palveluiden verkkonäkyvyyttä sekä nuorille että muille toimijoille. Näistä verkkopalveluista ja sosiaalisen median sovelluksista on kerrottu tarkemmin seuraavassa kappaleessa.

*Nuorisotakuuta* toteuttavat eri kunnista ja organisaatiosta olevat tahot, jotka tarjoavat koulutukseen, uravalintaa, työhön tai muihin teemaan liittyviä palveluita nuorille. Seutunuotassa oli mukana toimijoita kahdeksasta eri kunnasta (Tampere, Pirkkala, Vesilahti, Lempäälä, Nokia, Orivesi, Ylöjärvi sekä Kangasala), TE-palveluista, Kelasta, toisen asteen oppilaitoksista (TAKK, Tredu sekä TAMK) sekä ELY-keskuksesta. Nämä toimijat toteuttavat nuorisotakuuseen liittyviä toimenpiteitä Tampereen kaupunkiseudulla ja muodostivat samalla Seutunuotan toiminnan ytimen eli yhteistyöverkoston.

Takuulla Tekemistä! ja Seutunuotta -projektit pyrkivät omalla toiminnallaan ja esimerkillään tukemaan alueen nuorisotakuutoimijoiden verkkopalveluiden ja sosiaalisen median sovellusten työkäyttöä. Niiden toiminnan tavoitteisiin sopi hyvin alueen nuorisotakuutoimijoiden verkon käytön nykytilan kartoitus sekä tavoite etsiä ja löytää sitä estäviä ja edistäviä tekijöitä.

---

<sup>1</sup> [www.tyollisyysportti.fi/seutunuotta](http://www.tyollisyysportti.fi/seutunuotta)

### 3.1.3.1 Verkkopalveluiden kuvaus

Tässä kappaleessa kerrotaan millaisia Internetin verkkopalveluita ja sosiaalisen median ohjelmistoja käytettiin kunta- ja organisaatorajat ylittävässä Seutunuotta-projektissa ja kuinka niitä parhaimmillaan hyödynnettiin projektin toiminnassa. Nämä Seutunuotan verkkopalvelut sosiaalisen median ohjelmistot toimivat myös esimerkkeinä, kuinka toimija voi päivittäin käyttää niitä osana päivittäisiä työtehtäviään. Taulukkoon 1 on koostettu Seutunuotan käyttämiä verkkopalveluita ja niiden käyttötarkoituksia ja aliluvuissa kerrotaan tarkemmin muutamista oleellisista verkkopalveluista.

Taulukko 1. Seutunuotan käyttämät Internetin verkkopalveluita ja sosiaalisen median ohjelmistoja sekä niiden käyttötarkoitukset (2013-2015).

Vuorovaikutus	Yhdessä tekeminen & avoimuus	Tiedotuskana- vana ja mark- kinointi	Kartuta omaa osaa- mistasi
1. Sähköpostivies- tintä  2. Verkkokokoukset ( <i>Adobe Connect</i> , <i>Lync</i> )  3. Tiedotus ja -pa- laute ( <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> )  4. Kyselyt ( <i>Google Drive</i> )  5. Aikataulutustyö- kalut ( <i>Doodle</i> , <i>Sumpli</i> , <i>tapaaminen.net</i> )	1. Yhdessä työstettävät ja jaetut tekstit, taulu- kot, esitykset ( <i>Google Drive</i> )  2. <i>Nuorillepaikkoja.fi</i> - verkkotoimijakartta  3. Jaetut esitykset, ko- kousten agendat & muistiot verkkosivuilla ( <i>Slideshare</i> )  4. Aktiivinen jakami- nen, linkittäminen ja tiedottaminen selain- pohjaisissa verkkopal- veluissa ( <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> )	1. Seutunuotan verkkosivut  2. Selainpohjai- set verkkopal- velut ( <i>Face- book</i> , <i>Twitter</i> , <i>Google Drive</i> )	1. Verkkoseminaarei- hin osallistuminen  2. Muiden verkossa jakamien esityksien hyödyntäminen  3. Alan ammattilais- ten <i>Facebook</i> -ryhmät;



Seutunuotan tavoite oli virkistää toimijoiden välistä yhteistyötä verkkoviestinnän avulla. Koordinaattorin toimesta projektin toimintaan otettiin mukaan useita eri Internetin verkkopalveluita ja sosiaalisen median ohjelmistoja. Ajatuksena oli ujuttaa niitä samalla toimijoiden päivittäiseen omaan toimintaan. Verkkopalveluita oli mukana sekä projektin omassa toiminnassa että sen järjestämien tapahtumien ja koulutusten sisällöissä. Kunta- ja organisaatorajat ylittävässä yhteistyössä on tärkeää löytää ne verkkopalvelut ja ohjelmistot, jotka ovat kaikkien saatavilla ja helposti omaksuttavissa.

### **3.1.3.2 Seutunuotan vuorovaikutusvälineet ja verkkoneuvottelut**

Vuorovaikutusvälineenä käytettiin yleisimmin sähköpostia toimijoille suunnattuun tiedottamiseen ja liitetiedostoja vältettiin sähköposteissa. Liitteet tallennettiin verkkosivuille tai pilvessä oleviin tallennuspalveluihin (*Google Drive* tai *Dropbox*) ja vain niihin johtava linkki lisättiin sähköpostiin.

Seutunuotan toiminnassa kokoukset ja neuvottelut pyrittiin pitämään aina verkkokokouksena, jos mahdollista. Osallistujilla oli useimmiten toimivat laitteet ja sovellukset, mutta niiden käyttö oli yllättävän vähäistä. Videoneuvotteluihin osallistuminen vaatii harjoittelua turvallisessa seurassa ja kynnys harjoitteluun tuntui olevan korkea. Verkkoseminaareihin osallistuminen on lempeä tapa tutustua verkkoneuvotteluihin. Niihin voi osallistua 'vain' osallistujana eikä tarvitse hallita sovelluksia. Riittää, kun osaa avata selaimella oikean verkko-osoitteen ja saa viriteltyä äänet kuuluviin.

Sosiaalisen median palveluista käytettiin *Facebookia* ja *Twitteriä*. Niiden käytön kynnystä madallettiin upottamalla ne Seutunuotan kotisivujen pääsivulle. Tämä mahdollisti näiden sovellusten seuraamisen ilman kirjatunmistakin. Samalla niitä käytettiin tuomaan päivitettyä sisältöä verkkosivujen pääsivuille. *Facebookissa* jaettiin eri tahojen aiheeseen liittyviä linkkejä sekä tiedotettiin hankkeen päivittäisistä asioista ja verkkosivupäivityksistä. *Twitterilla* raportoitiin projektin teema-alueisiin liittyvistä havainnoista sekä lähetettiin eteenpäin aihealueeseen liittyviä viestejä.

Lyhyet kyselyt toteutettiin *Google Driven* kyselylomakkeella tai muulla verkkokyselytyökalulla. Googlen kyselylomakkeen voi upottaa verkkosivuille tai linkin avulla opastaa käyttäjä kyselysivulle. Kyselytyökaluilla hoidettiin tapahtumiin ja kokouksiin ilmoittautumisia sekä kerättiin mielipiteitä asioista.

Yksi kunta- ja organisaatorajat ylittävän yhteistyön haasteista oli löytää kaikille sopivaa ajankohtaa tapaamisiin. Aikatauluttamisessa hyödynnettiin verkossa olevia ilmaisia aikataulukyselytyökaluja (esimerkiksi *Doodle*), joiden avulla kerättiin osallistujien toiveet ajankohdan suhteen ja valittiin ajankohdaksi se, mikä useimmille sopi.

### 3.1.3.3 Yhteiset ja avoimet työkirjat

Työkirjoilla tarkoitetaan tässä yhteydessä esimerkiksi usean henkilön kirjoittamaa dokumenttia. Haasteena on usein sen päivittäminen ja viimeisen version saatavuus. Viime vuosina internetin avulla on ollut mahdollista työstää samaa dokumenttia muun muassa Googlen tarjoamalla *Google Drive* -sovelluksella.

Marjetan (2011, 57) kokemusten mukaan *Googlen* sovelluksien käyttö yhteistyöalustana on hyödyllistä siksi, että niitä voi muokata soveltumaan yhteistyötä tekevien toimijoiden erityisiin tarpeisiin. Tämä helpottaa tiedon kokoamista ja jakamista muuttuvissa yhteistyöverkostoissa.

Yhteiset työkirjat ovat näppärä tapa työskennellä yhdessä verkkoa hyödyntäen. Ne antavat toimijoille vapauden työskennellä ajasta ja paikasta riippumattomasti. Ne helpottavat myös tiedon jakamista linkittämällä ja linkin takana on aina uunituore versio työstettävästä dokumentista. Isokokoisten liitetiedostojen välttäminen vähentää myös sähköpostin kuormittamista. Yhteiset ja avoimet työkirjat myös tukevat avoimuuden periaatetta. Kaikilla halukkailla on mahdollisuus osallistua dokumentin työstöön sekä seurata sen päivittymistä. Seutunuotan verkosto koostuu eri organisaatioiden edustajista, joilla kaikilla on oma it-järjestelmänsä. *Google Drive* toimii kaikilla selaimen kautta eikä ole riippuvainen minkään organisaation omista ohjelmistoista tai it-järjestelmistä. Tässä täytyy kuitenkin huomioida arkaluontoisten asioiden käsittely eli esim. asiakas- ja henkilötietoja ei tule näissä pilvipalveluissa säilytettävissä dokumenteissa käsitellä.

Seutunuotassa työstettiin yhteisten *Google Drivessa* olevien työkirjojen avulla muun muassa palveluvajeiden keräystä<sup>3</sup>. Käytännössä se tehtiin niin, että asiakirjapohja avattiin *Google Driveen*. Siihen kirjoitettiin asian otsikko, johdanto aiheeseen sekä ohjeet muille kirjoittajille. Tämä asiakirjapohja avattiin siten, että sitä pääsi kuka vaan muokkaamaan ilman kirjautumista *Googleen*. Tämä asiakirja toimi alueen palveluvajekeräyksen pohjana ja siihen sisällön tuotti usea verkoston jäsen. Avointa pilvipalvelussa olevaa asiakirjaa on helppo linkittää ja jakaa eri verkkosivuille ja sähköpostiviesteihin.

---

<sup>3</sup> <http://bit.ly/1eUEv9h>

### 3.1.3.4 Seutunuotan kotisivut

Seutunuotan verkkosivut<sup>4</sup> ovat osa Tampereen kaupunkiseudun työllisyydenhoidon verkkoportaalia<sup>5</sup>. Verkkosivujen tarkoituksena oli toimia hankkeen komentokeskuksena sekä pääasiallisena tiedotuskanavana hankkeen oman verkoston, sidosryhmien ja muiden kiinnostuneiden suuntaa. Sivusto sisältää informaatiota sekä yleisellä tasolla että suoraan verkostolle ja se toimi samalla myös raportointialustana esityksille ja muille projektissa syntyneille materiaaleille. Sivustoa ylläpiti ja päivitti projektin aikana Seutunuotan koordinaattori.

Sivuston pääsivulla on navigointipalkki, tekstiosio, tapahtumalistaus, yhteystietoteksti sekä sosiaalisen median upotukset (*Facebook* ja *Twitter*). Staattisina elementteinä ovat Seutunuotan toimintaa kuvaava tekstiosuus ja yhteystieto-osio. Päivittyvää tietoa sisältävät tapahtumalistaus sekä sosiaalisen median upotuksien kautta tulevat uutisvirrat. Pääsivulta lukija voi suoraan hyödyntää sosiaalisen median sisältöjä kirjautumatta itse palveluun. Lukija siis voi lukea *Facebook*- ja *Twitter* -viestejä sieltä suoraan, mikä alentanee kynnystä seurata niitä.

Pääsivun päivittyvä tapahtumalistaus kertoi lukijalle Seutunuotan tapahtumista. Jokaisen tapahtuman kohdalta löytyivät myös tapahtumaan liittyvät materiaalit ja esitykset. Niitä pystyi hyödyntämään kaikki lukijat ja niihin on tarvittaessa helppo lähettää linkki. Se säästi usein koordinaattorin työaikaa. Tapahtumalistaus rakennettiin alustan uutistoiminnolla, joka mahdollisti myös jokaisen tapahtuman kommentoinnin ja toi vuorovaikutuksellisen mausteen sivuston toimintaan.

Seutunuotassa toimi kolme asiantuntijatiimiä. Seutunuotan verkkosivut sisälsivät heille omat sivunsa, minne kerättiin tiimien toimintaan liittyviä asioita. Projektin toimintaan kuului myös jakaa ja kertoa ulospäin tiimien toiminnasta. *Nuorillepaikkoja.fi* – tiimi työsti verkkotoimijakarttaa. *Tilastotiimi* tutki tilastoja ja muodosti niistä yhteistä seudullista käsitystä. *Palveluvajetiimi* tunnisti alueen nuorisotakuun palveluvajeita ja työsti niistä toimenpide-ehdotuksia. Tiimien verkkosivut esittelivät tiimien toimintaa, kertoivat tiimien jäsenien nimet sekä organisaatiot.

---

<sup>4</sup> [www.tyollisyysportti.fi/seutunuotta](http://www.tyollisyysportti.fi/seutunuotta)

<sup>5</sup> [www.tyollisyysportti.fi](http://www.tyollisyysportti.fi)

Tiimien verkkosivut edistivät avoimuutta julkaisemalla kokousten tapaamisajat, asialistat ja muistiot. Tämä ei ole kovin yleistä kuntasektorilla, vaikka siellä julkista toimintaa pääosin tehdään. Käytännöksi on juurtunut tapa lähettää asialistat ja muistiot sähköpostitse kokoukseen osallistujille sekä tallentaa ne verkkolevyille. Avoimella verkkosivulla olevat asialista ja muistiot edistävät avoimuutta ja verkkosivun osoite on myös helppo jakaa asiasta kiinnostuneille.

Verkko on oivallinen paikka oppia itse ja kasvattaa omaa ammatillista osaamista. Seutunuotta hyödynsi verkkoa myös mahdollisuutena oppia itse lisää. Verkkoseminaareja järjestävät useat eri tahot Suomessa. Ne ovat oiva tapa osallistua koulutukseen omalta työpisteeltä ja usein ne myös tallennetaan eli voit katsella seminaarin silloin, kun itselle sopii.

Ajasta ja paikasta riippumattomuus tai mahdollisuus osallistua etäyhteyden välityksellä tapahtuvaan seminaariin on merkittävä mahdollisuus julkisille organisaatioille, joissa taloudelliset ja ajalliset resurssit ovat usein tiukasti rajattuja. Etäyhteyden avulla seminaariin osallistuminen säästää aikaa ja rahaa.

Verkkoseminaariin osallistuminen vaatii selaimen käytön perustuntemusta ja osaamista avata verkko-osoitteet. Se vaatii myös osaamista käyttää kuulokemikrofonia ja sen säätämistä. Yllättävän moni arkailee näiden melko yksinkertaisten verkon käyttöön liittyvien taitojen kokeilua. Verkkoseminarit ovat usein yksipuolisia eli osallistujille ei annetta puhe- eikä video-oikeuksia. Liian usein käyttäjät pelkäävät juuri tätä eli sitä, että tekevät virheen joko videon tai äänen välityksellä.

### **3.1.3.5 Nuorillepaikkoja.fi –verkkotoimijakartta**

2010-luvulla internetpohjaiset karttapalvelut ovat yleistyneet ja ne helpottavat muun muassa kuntien tuottamien palveluiden löytämistä ja käyttämistä. (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 14.) Seutunuotta teki yhteistyössä Pirkanmaan TE-palveluiden kanssa *Google Maps* -pohjaista verkkotoimijakarttaa ([www.nuorillepaikkoja.fi](http://www.nuorillepaikkoja.fi)). Sen tavoitteena oli koota kaikki alueen toimijat samalle kartalla. *Google Maps* -pohjaisen kartta-alueen lisäksi käyttöliittymässä on hakupalvelu, mikä on toteutettu toimijoiden kategorioimisella.

Marjetan (2011, 55) mukaan toimijoiden verkottumisen yhtenä ideana on se, että kun löytää yhden verkkopalvelun tietoisesti tai vahingossa, niin pystyy sitä kautta löytämään helposti myös muita tarjolla olevia palveluita. Tähän tarpeeseen pyrki nuorillepaikkoja.fi –verkkotoimijakartta vastaamaan. Avoimella verkkosivulla oleva toimijakartta pyrkii saamaan toimijat toimimaan yhdessä sekä opastamaan sekä nuoret että heidän kanssaan toimivat ohjaustahot löytämään oman alueen oikeat palvelut.

Verkossa olevan toimijakartan rakentaminen vaati panosta kaikilta toimijoilta. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että jokaisen kartalle haluavan toimijan on luotava palveluun omat käyttäjätunnukset. Sen jälkeen he syöttävät oman organisaation tiedot kartalle sovittujen ohjeiden mukaisesti. Heidän vastuulleen kuuluu myös ylläpitää organisaationsa tietoja.

Toimijat syöttävät verkkokartalle oman organisaation yhteystiedot, linkin kotisivulle sekä kuvauskenttään tekstiä, joka kuvaa mahdollisimman hyvin oman organisaation toimintaa ja ketä organisaatio palvelee. Tämän lisäksi toimijalla on mahdollisuus laittaa videolinkki *Youtube*-videojakopalveluun sekä muutamaa muuhun sosiaalisen median palveluun (*Twitter*, *Facebook* ja mahdollinen blogipalvelu). Tämän lisäksi toimija voi syöttää tapahtumatiedon kartalle, joka näkyy loppukäyttäjälle korostettuna lipun avulla. Tämä palveluntarjoajan virtuaalinen näyteikkuna tuo näkyville siis toimijan perustiedot, mahdolliset ajankohtaiset tapahtumat sekä linkit sosiaalisen median palveluihin. Käyttäjän näkökulmasta verkkopalveluissa on hyvä olla perustiedot palveluntarjoajasta, mistä palveluja saa ja missä ne sijaitsevat, milloin palveluja saa sekä kenellä on oikeus palveluihin. (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 14.)

Tietojen syötön helppouden lisäksi toimijat pitää sitouttaa ylläpitämään oman organisaation tietoja. Kuntien verkkoviestintäohjeen mukaan (2010, 40) verkkosivujen sisällöt tulee aina vastuuttaa. Seuratuotassa tämä tarkoitti sitä, että verkkotoimijakartan päivitysvastuu jaettiin toimijoiden kesken.

### **3.2 Tutkimustrategia ja tutkimuskysymykset**

Tutkimusstrategialla tarkoitetaan tutkimuksen menetelmällisten ratkaisujen kokonaisuutta. Siitä on erotettava suppeampana käsitteenä termi tutkimusmetodi (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 132). Tämän opinnäytetyön tutkimusstrategiana on *tapaustutkimus*. Se on perinteinen tutkimustrategia, jolle tyypillistä saada tietoa pienestä joukosta toisiinsa suhteessa olevista tapauksista. Tapaustutkimuksen tavoitteena on ilmiöiden kuvailu ja kohteena voi olla ryhmä tai yhteisö. Niiden toimintaa tutkitaan heidän luonnollisessa ympäristössään ja tavoitteena on totuudenmukainen kuvailu tutkittavan ilmiön osalta. Tapaustutkimuksen aineistonkeruu menetelmät voivat olla sekä kvantitatiivisia ja kvalitatiivisia. (Hirsjärvi ym. 2009, 134-135.)

Tapauksena tässä työssä on pirkanmaalaiset nuorisotakuutoimijat, joiden internetin ja sosiaalisen median nykykäyttöä kartoitetaan tällä tutkimuksella. Nykykäytön kartoittamisen avulla kehitetään suosituksilla toimijoiden organisaatioiden digitaalista työtettä, jotta ne seikat voidaan ottaa huomioon

myös tulevaisuudessa kehittämissuunnitelmissa. Tarkoituksena ei kuitenkaan ole yleistää tuloksia, mutta niitä voivat kuitenkin muutkin hyödyntää.

Päättökysymyksenä on kartoittaa alueen nuorisotakuutoimijoiden Internetin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median ohjelmistojen työkäytön määrää syksyllä 2014. Tämä lisäksi selvitetään mitkä ovat Internetin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median ohjelmistojen työkäytön estäviä ja edistäviä tekijöitä.

### **3.3 Tutkimusmenetelmä ja tutkimusaineisto**

Tutkimusmenetelmä on kvantitatiivinen eli määrällinen. Kyselyn vastaukset esitetään pääasiallisesti määrällisesti taulukoiden avulla ja aineisto on saatettu tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Tulokset kuvailevat verkkopalveluiden ja ohjelmistojen käyttöä sekä niitä estäviä ja edistäviä tekijöitä. Tilastollisia merkitsevyyksiä ei ole laskettu.

Määrällisessä tutkimusprosessissa on useita eri vaiheita. Ensiksi määritellään asiaongelmat ja sen jälkeen määritellään tutkimusongelma. Teoreettiset käsitteet yhdistetään tutkittavasta kohteesta havaittaviin mitattaviin ominaisuuksiin ja tätä kutsutaan operationalisoinniksi. Tavoitteena on pystyä mittaamaan ja havainnoimaan teorian käsittelemiä asioita mahdollisimman tarkasti. Hyvin oleellinen osa määrällistä tutkimusprosessia on kysely-, haastattelu- ja havainnointilomakkeen sekä niihin liittyvän lähetekirjeen suunnittelu ja testaaminen. Aineiston keruun jälkeen prosessi etenee aineiston tarkistukseen, käsittelyyn ja analyysiin. Määrällisen tutkimuksen prosessin viimeinen vaihe on tulosten esittäminen ja tulkinta. (Vilka, 2007, 170.)

Kyselyn yhtenä haasteena on se, että ei voida varmistua siitä, että miten vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen (Hirsjärvi ym 2009, 195). Tämän tutkielman kohderyhmänä ovat kuitenkin aikuiset ja oman alan asiantuntijat, joten oletetaan, että kyselyyn osallistuneet pyrkivät vastaamaan huolellisesti ja rehellisesti. Tätä seikkaa pyrittiin vakuuttamaan kyselylomakkeen esittelytekstissä, missä kerrottiin, että tutkimuksen tuloksien avulla pyritään kehittämään alueen nuorisotakuutoimijoiden verkkoviestinnän kehittämistä.

Kyselyn avoimet vastaukset olisi voitu käsitellä laadulliselle tutkimukselle tyypillisesti teemoittamalla. Tässä tutkielmassa aineiston määrän rajoittamiseksi avointen kysymysten vastauksia ei ole teemoiteltu, vaan ne kerättiin jokaisen avoimen kysymyksen alle. Pohdintaluvussa on joitakin avoimia vastauksia hyödynnetty suorina lainauksina.

Sähköisen kyselylomakkeen käyttöä voi perustella muun muassa sillä, että tutkielmassa pyritään selvittämään melko yksiselitteinen ilmiö. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 36.) Tuomen ja Sarajärven mukaan (2006, 74) kysely on järkevää tehdä silloin, kun halutaan tietään, miksi henkilö toimii niin kuin toimii. Useimpiin kyselyn kysymyksiin annettiin vastausvaihtoehdot, mistä oli vähintään valittava yksi vastaus. Useimmissa kysymyksissä oli mahdollisuus vastata myös avoimeen kysymykseen. Ne luokitellaan formaaliksi strukturoimattomaksi asetelmaksi, jota yleensä käytetään laadullisessa tutkimuksessa. (Tuomi & Sarajärvi 2006, 74.) Tämä tarkoittaa sitä, että kysytään kysymyksellä tiettyä asiaa, mutta vastauksen voi laatia vastaaja itse.

### **3.3.1 Verkkoviestintäkartoituksen toteutus**

Huhtikuussa 2014 toteutettiin verkostolle esikysely (n = 7), missä selvitettiin verkoston näkemyksiä kunta- ja organisaatorajat ylittävän yhteistyön mahdollisuuksiin ja haasteisiin. Tätä esikyselyä hyödynnettiin varsinaisessa pääaineistonkeruu kyselyssä sekä sen kysymysten laadinnassa. Varsinainen aineisto kerättiin syksyllä 2014 sähköisellä kyselylomakkeella, jota kutsuttiin verkkoviestintäkartoitukseksi.

### **3.3.2 Esikysely yhteistyön mahdollisuuksista ja haasteista**

Yhtenä Seutunuotta-projektin päätavoitteena oli alueen nuorisotakuutoimijoiden yhteistyön virkistäminen. Siitä heräsi mielenkiinto kysyä suoraan verkoston jäseniltä, miten yhteistyön mahdollisuudet ja haasteet koetaan Seutunuotan verkostossa.

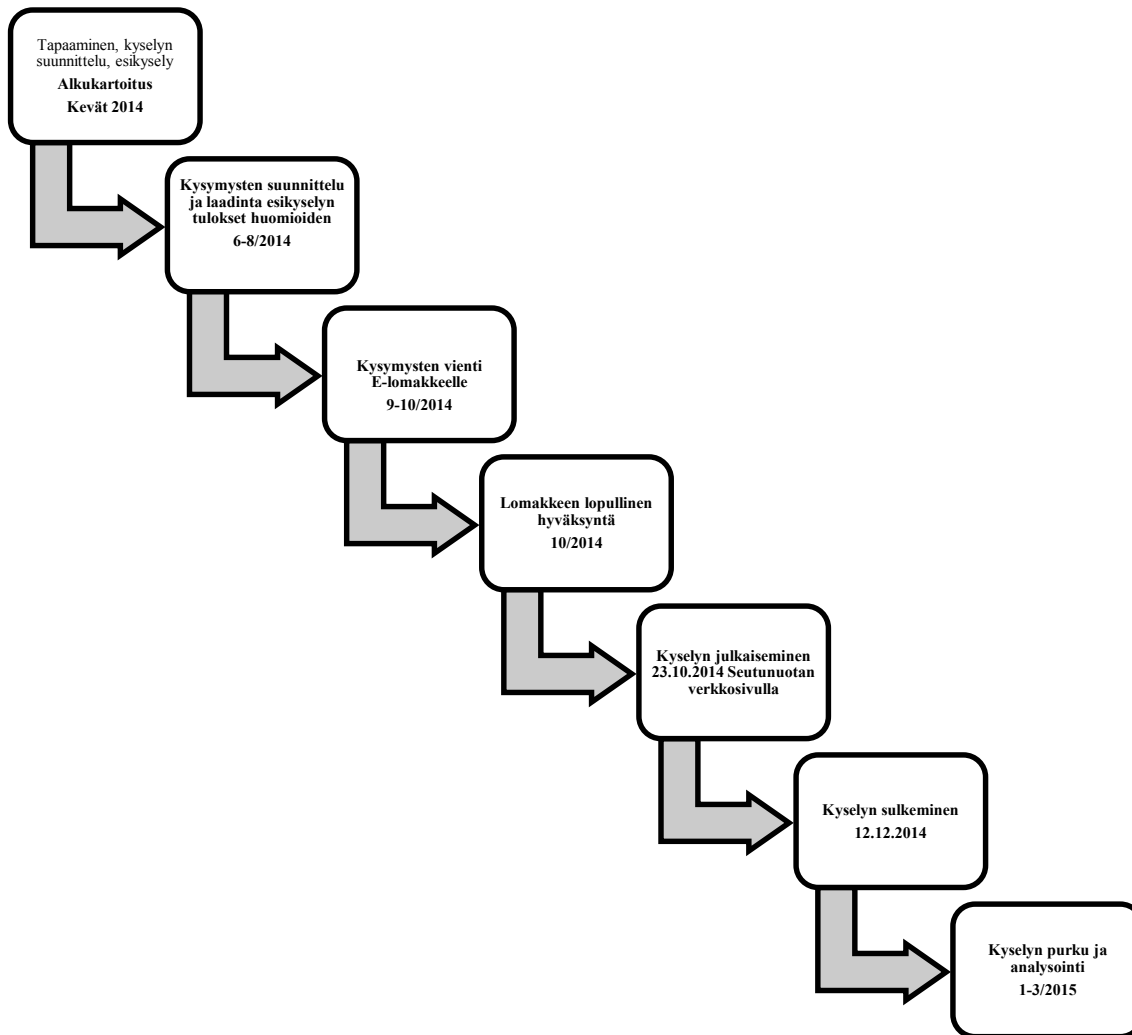
Tätä selvitettiin esikyselyllä ennen varsinaisen verkkoviestintäkartoituksen tekemistä. Esikysely tehtiin maaliskuussa 2014 seitsemälle verkoston jäsenelle, jotka olivat Seutunuotan aktiivisia toimijoita eri organisaatioista. Heiltä kysyttiin vapaamuotoisesti: *mitkä ovat kunta- ja organisaatorajat ylittävän yhteistyön haasteet ja mahdollisuudet*. Internetiä tai sosiaalista mediaa ei mainittu tehtävänannossa erikseen. Toimijat kirjoittivat ajatuksensa asiasta keltaiselle ja vihreille post-it – lapuille, mistä ne kirjattiin ylös taulukkoon. Esikyselyn tavoitteena oli saada aihioita verkkoviestintäkartoituksen teema-alueisiin sekä alustavia ituja kysymykseen: *Mihin yhteistyöntekemisen haasteisiin verkko voisi tuoda ratkaisun tai helpotusta?*

### 3.3.3 Verkkoviestintäkartoitus ja aineiston analysointi

Aineisto kerättiin sähköisellä kyselyllä (verkkoviestintäkartoitus). Kyselyn alkuperäinen tarve lähti Takuulla Tekemistä! ja Seutunuotta -projektien tarpeesta selvittää alueen nuorisotakuutoimijoiden sosiaalisen median ja verkon käytön nykytilaa. Molempien projektien tavoitteena oli edistää verkkoviestintää ja oletuksena oli, että verkkoa käytetään, mutta tarkkaan ei tiedetty miten ja kuinka paljon. Kartoituksen kohderyhmä oli laaja sekä määrällisesti että maantieteellisesti eli oli perusteltua päätyä sähköisesti toteutettavaan kyselyyn. Verkkokartoituskysely toteutettiin E-lomake-editorilla kvantitatiivisin menetelmin. Kysely sisälsi 58 kysymystä, joista avoimia kysymyksiä oli kahdeksan (liite 1). Niihin vastaajat saattoivat vastata sanallisesti. Osaan kysymyksistä saattoi valita useamman vaihtoehdon ja osaan vain yhden. Määrällisiin kysymyksiin vastaaja oli pakotettu valitsemaan vähintään yhden vaihtoehdon.

Kuviossa 8 on kuvattu tämän tutkielman verkkoviestintäkartoituksen koko prosessi. Kuviosta ilmenee prosessin toteuttamisen eri vaiheet. Esikysely tehtiin maaliskuussa 2014 ja varsinaisen kyselyn suunnittelutyö alkoi kesällä 2014 projektien vastuuhenkilöiden eli Seutunuotta projektin koordinaattorin ja Takuulla Tekemistä! -projektin projektipäällikön sekä TAMK:n kahden opiskelijan tapaamisella. Projektien vastuuhenkilöt kertoivat Takuulla tekemistä! ja Seutunuotta -projektien taustoista ja tavoitteista. Alkukartoituksessa kävi ilmi, mitä verkkoviestintäkartoituskyselyllä haluttiin selvittää ja mihin sitä käytetään. Tämän jälkeen päätettiin millä menetelmällä ja työkalulla kysely toteutetaan.





KUVIO 8. Verkkoviestintäkartoituskyselyn prosessi (mukaellen Kopra & Ojanen 2015, 36).

Projektien vastuuhenkilöt sekä TAMK:n opiskelijat laativat yhdessä kysymykset sekä syöttivät ne E-lomake-kyselytyökaluun. Kysymyksien ja verkkoviestintäkartoituksen toimivuutta testattiin kahden verkoston jäsenen toimesta ennen sen julkaisua. Kyselylomake julkaistiin 23.10.2014. Vastausaikaa oli noin kahdeksan viikkoa ja kysely suljettiin 12.12.2014.

Verkkoviestintäkyselykutsu lähetettiin noin 250 Pirkanmaan alueen nuorisotakuutoimijalle. Heitä työskentelee muun muassa oppilaitoksissa, Kansaneläkelaitoksella (Kela), Pirkanmaan TE-palveluissa ja kuntaorganisaatioissa. Nuorisotakuutoimijoiden tehtävänimikkeitä ovat muun muassa nuorisotyöntekijät ja -ohjaajat, etsivän työn toimijat, paja- ja nuorisotalon ohjaajat, kolmannen sektorin sekä työllisyydenhoidon palveluiden ohjaajat. Nämä työntekijät tekivät tiiviisti yhteistyötä näiden

kahden projektin toimijoiden kanssa. Kyselyn tavoitettavuus on arvio, koska siihen oli mahdollisuus vastata myös avoimen Seutunuotan verkkosivun kautta.

Linkki kyselylomakkeeseen lähetettiin viranomaistoimijoille (n = 250) sähköpostitse projektien vastuuhenkilöiden toimesta. Lisäksi kyselylomakelinkki julkaistiin Seutunuotta-projektin internetsivuilla. Kyselyyn vastasi 73 henkilöä, joista naisia oli 58 ja miehiä 15. Vastausprosentti oli noin 30 %. Kyselylomakkeen sulkemisen jälkeen kyselyn raakadata purettiin E-lomake-kyselytyökalusta Excel- ja SPSS-ohjelmiin, missä aineistoa käsiteltiin. Tuloksista tehtiin taulukoita ja kuvioita Excel- ja Word-ohjelmilla. Tutkielman ilmiötä kuvaillaan pääasiallisesti ristiintaulukkojen avulla. Tilastollisia merkitsevyksiä ei ole aineistosta laskettu.

Haastavinta kyselyn toteuttamisessa oli laatia järkevät ja vastaajille tarpeeksi selkeät kysymykset. Aihe on melko monisärmäinen ja laaja ja väärinymmärryksen mahdollisuus olemassa useiden eri käsitteiden kanssa. Siksi kyselylomakkeen testaaminen oli tärkeää. Kysymysten laadinnan aikana kypsyi monta ajatusta opinnäytetöiden sisällöistä ja tutkimustiimin keskustelut olivat hyödyllisiä ilmiöön liittyvien näkökulmien löytämiseen. Ryhmätyö oli antoisaa ja kysymyslomakkeet laatiminen kokonaisuudessa erittäin opettavaista. Kyselylomake (liite 1) jakaantui loppujen lopuksi seitsemään eri teemaan:

- A. Taustatiedot
- B. Teknologiset valmiudet
- C. Toimintatavat ja käyttötarkoitukset
- D. Osaaminen ja asenteet
- E. Sosiaalisen median hyödyt ja haasteet
- F. Resurssien hyödyntäminen ja pelisäännöt
- G. Muuta huomioitavaa

## 4 TULOKSET

Tämän kappaleen aluksi kerrotaan esikyselyn tulokset, joiden avulla työstettiin varsinaiset verkkoviestintäkartoituskyselyn teemat ja kysymykset. Sen jälkeen esitetään verkkoviestintäkartoituskyselyn tulokset taulukoiden avulla.

### 4.1 Esikyselyn tulokset

Ennen varsinaista verkkoviestintäkartoituskyselyä suoritettiin esikysely kohderyhmän seitsemälle edustajalle. Taulukossa 2 on esikyselyn tulokset. Niistä nousi esiin teemoja, joihin voisi löytää ratkaisua Internetin ja sosiaalisen median tehokkaammalla käytöllä. Esikyselyssä yhteistyön mahdollisuutena nähtiin muun muassa tiedonjako sekä palveluiden saatavuuden joustavuus ja päällekkäisten palvelujen tarjoaminen. Haasteena nähtiin myös tiedon kulku ja sen saatavuus. Tätä voisi tulkita esimerkiksi siten, että ei saada tarpeeksi tietoa naapurikunnan palveluista.

Taulukko 2. Seutunuottalaisten vastaukset yhteistyön haasteisiin ja mahdollisuuksiin (n = 7).

<b>Mahdollisuudet</b>	<b>Uhat/haasteet</b>
Yhteiset linjaukset	Tiukka kiinnittäminen oman organisaation rajoista: 'Tämä ei kuulu meille.'
Vaikuttavuuden lisääntyminen	Erilaiset (työskentely)kulttuurit
Tehokkuus ja toiminnan tehostaminen, monipuolistaminen	Erilaiset käytettävissä olevat resurssit ja resurssipuute
Resurssien säästöt	Organisaation erityispiirteiden huomioiminen
Uutta tietoa/näkökulmaa asioihin	Pelko omien palveluiden katoamisesta
Voi oppia toisilta organisaatioilta	Ammattikuntien omien etujen ajaminen
Palveluihin pääsyn ja tiedonkulun nopeutuminen	Hyppäys vieraalle maaperälle edellyttää vahvaa omaa ammatillista identiteettiä
Resurssien käytön tehostuminen, joustavuus, tehokas työnjako ja vastuut selkiytyneet	Liikaa normeja ja lainsäädäntöä
Avoin data ja tiedon saatavuus	Tiedon kulku ja saatavuus, avoin data
Palveluiden saatavuuden joustavuus ja nopeus	Kiire, ajan puute ja yhteistyökyvyttömyys
Pystytään paremmin välttämään päällekkäistä työtä ja asiakkaiden 'pompottelua' palvelusta/työntekijältä toiselle X2	Haluttomuus yksilötasolla
Hyvien käytäntöjen jako X3	Organisaatioiden johdon lyhytnäköisyys
Tiedon jako (laadun kohentaminen, kehitystyöhön käytetyn ajan vähentäminen paikallisesti) X2	Byrokraattisuus
Asioiden laaja-alainen tarkastelu ja kokonaisuuden haltuotto	Yhteinen tahtotila
	Sitoutuminen
	Verkoston laajuus
	Toimintakulttuurin muuttuminen
	Salassapitoon vetoaminen ja sen tuomat hankaluudet
	Oman roolin ehdottomuus ja joustamattomuus

## 4.2 Verkkoviestintäkartoituksen tulokset

Verkkoviestintäkartoituksen tulokset kerrotaan seuraavissa luvuissa. Ne esitetään kyselylomakkeen teemajärjestyksessä eli vastaajien taustat, teknologiset valmiudet, toimintatavat ja käyttötarkoitukset, osaaminen ja asenteet, sosiaalisen median hyödyt ja haasteet, resurssien hyödyntäminen ja pelisäännöt sekä toiveet sosiaalisen median ja verkkoviestinnän käytön suhteen.

### 4.2.1 Vastaajien taustat

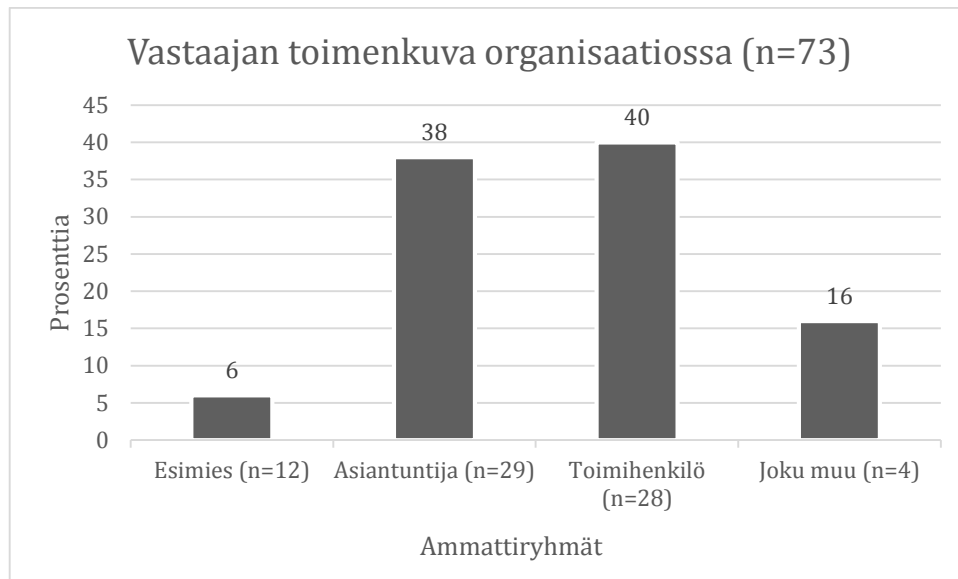
Teemassa Vastaajien taustatiedot (Liite 1, kysymykset 1–6) selvitettiin kyselyyn osallistuneiden nuorisotakuutoimijoiden sukupuoli- ja ikäjakauma. Taustatiedoista käyvät ilmi vastaajan työskentelyvuodet nykyisessä tehtävässä. Lisäksi vastauksista selviävät kyselyyn vastanneiden toimijoiden prosentuaaliset osuudet toimenkuvittain sekä heidän koulutuksen taso. Tästä osiosta päätettiin jättää pois kysymys vastaajan organisaation sijainnista, jotta yksittäisiä vastaajia ei voida tunnistaa.

Kyselyyn vastasi 73 henkilöä. Kyselyyn vastaajista suurin osa oli naisia (80 %, 58 henkilöä). Kaikista vastaajista lähes puolet (44 %, 32 henkilöä) kuului ikäryhmään 35–44 -vuotta. Tästä vastaajaryhmästä 78 % (25 henkilöä) oli naisia. Ikäryhmään 25–34 kuului 26 % (19 henkilöä) vastaajista, ja heistä 95 % oli naisia. Loput vastaajista kuuluivat alle 25 -vuotiaiden ikäryhmään (1 henkilö), 45–54 -vuotiaisiin (14 henkilöä) sekä yli 55 -vuotiaisiin (7 henkilöä).

Vastaajista suurin osa (60 %, 44 henkilöä) oli työskennellyt nykyisessä tehtävässään 1–9 -vuotta. Alle vuoden oli työskennellyt 11 vastaajaa ja yli 16 -vuotta 8 vastaajista.

Lähes puolet vastaajista (43 %, 31 henkilöä) oli suorittanut ylemmän korkeakoulututkinnon. Ammatti- tai alemman korkeakoulututkinnon oli suorittanut 40 % (29 henkilöä) vastaajista. Ammatinopiston tai opistotason koulutuksen oli suorittanut 16 % (13 henkilöä) vastaajista.

Suurin osa vastaajista (94 %, 61 henkilöä) työskenteli muissa kuin esimiestehtävissä (6 %). Kuviossa 9 vastauksen kohta *joku muu*, on tutkimusanalyysissä tulkittu kuuluvaksi toimihenkilö-nimikkeeseen alle. Kyselyyn vastanneet olivat maininneet seuraavat nimikkeet: nuorisotoiminnan ohjaaja, projektipäällikkö, projektityöntekijä, työntekijä. Kaksi vastaajaa oli valinnut toimenkuvakseen sekä asiantuntijan että toimihenkilön. Nämä vastaajat luettiin kuuluviksi asiantuntijat-ryhmään.



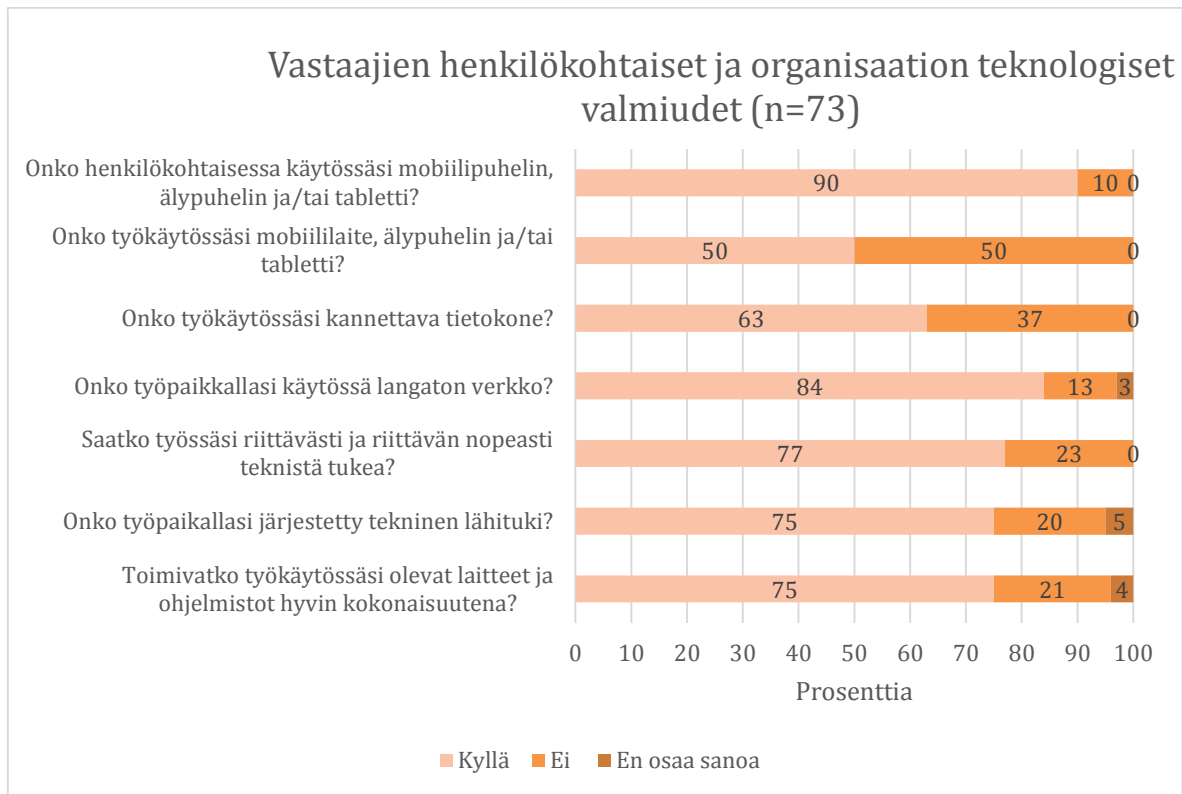
KUVIO 9. Vastaajan toimenkuva organisaatiossa (n=73)

#### 4.2.2 Teknologiset valmiudet

Teknologiset valmiudet-teemassa (Liite 1, kysymykset 8–14) selvitettiin vastaajien organisaatioissa työskentelevien henkilöiden teknologisia valmiuksia (käytettävissä olevat laitteet, ympäristö ja tekninen tuki). Kysymyksien perusteella saatiin tietoa nuorisotakuun piirissä työskentelevän henkilöstön mahdollisuuksista hyödyntää nykyaikaisia välineitä.

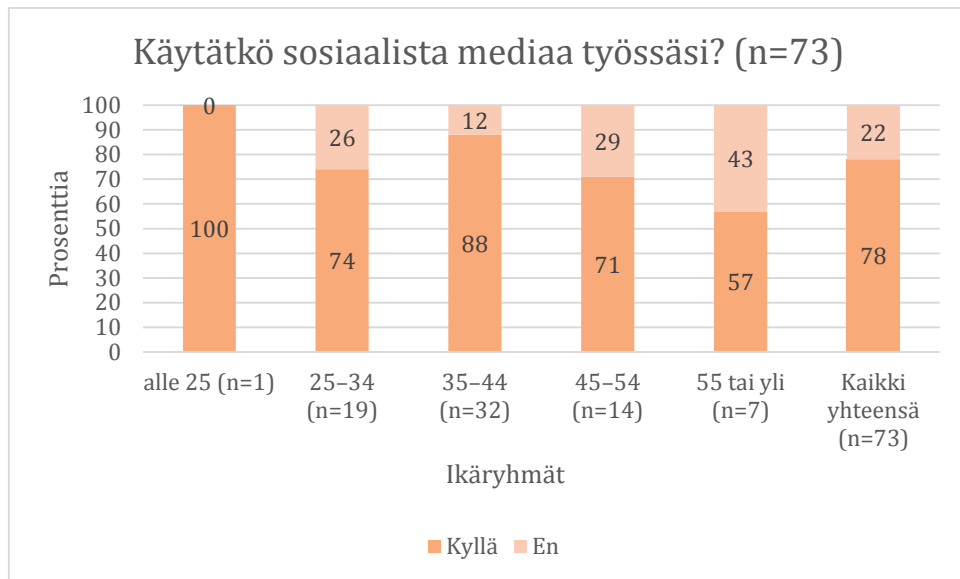
Kuviosta 10 voidaan päätellä, että suurimmalla osalla (90 %, 65 henkilöä) vastaajista oli henkilökohdaisessa käytössään jokin mobiililaitte, älypuhelin ja/tai tabletti. Työkäytössä puolella (50 %, 36 henkilöä) oli mobiililaitte, älypuhelin ja/tai tabletti.

Suurin osa eli 77 % (56 henkilöä) vastaajista koki saavansa riittävästi ja riittävän nopeasti tietoteknistä tukea. Tekninen lähituki oli järjestetty 55 vastaajan organisaatiossa (75 % vastaajista). Neljäsosa vastaajista oli sitä mieltä, että teknistä lähitukea ei ollut järjestetty tai he eivät ainakaan tienneet siitä. Pääosa vastaajista (75 %) oli tyytyväisiä työkäytössä olevien laitteiden ja ohjelmistojen toimivuuteen. Vastaajista 21 % oli erimieltä tai ei osannut ottaa asiaan kantaa.

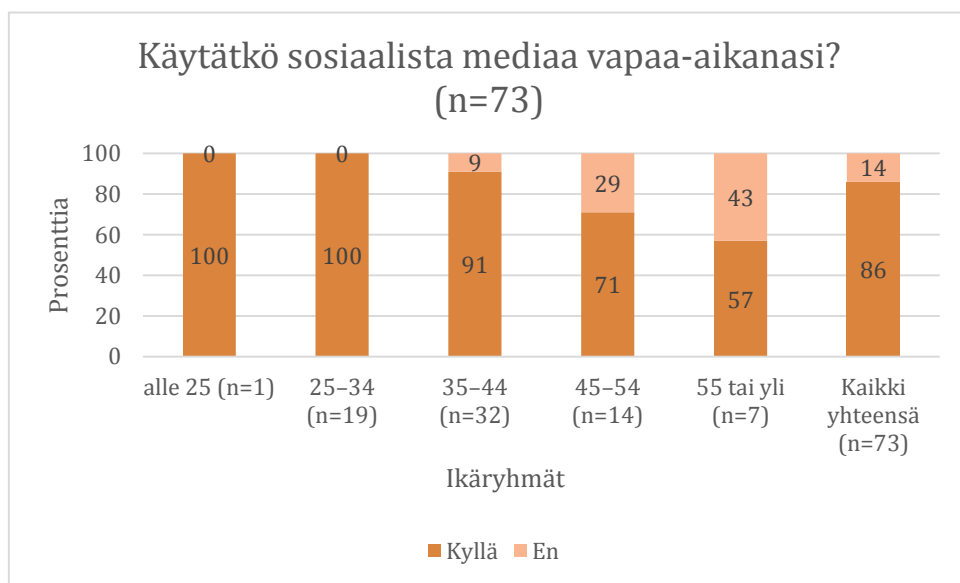


KUVIO 10. Vastaajien henkilökohtaiset ja organisaation teknologiset valmiudet (n=73)

Kuvioista 11 ja 12 käy ilmi, että sosiaalista mediaa hyödyntää työkäytössä kaikista vastaajista 78 % ja vapaa-ajalla 86 %. Ikäryhmistä aktiivisemmin sitä käyttää sekä työ- että vapaa-ajankäytössä alle 25, 25–34 ja 35–44 -vuotiaat. Sosiaalisen median työkäyttö on yleisintä alle 25-vuotiailla (100 %) sekä 35- 44-vuotiailla (88 %). Vapaa-ajan käytössä vastaajista kaikki alle 25-vuotiaat ja 25–34 -vuotiaat käyttivät sosiaalista mediaa.



KUVIO 11. Sosiaalisen median hyödyntäminen työkäytössä ikäryhmittäin (n=73)



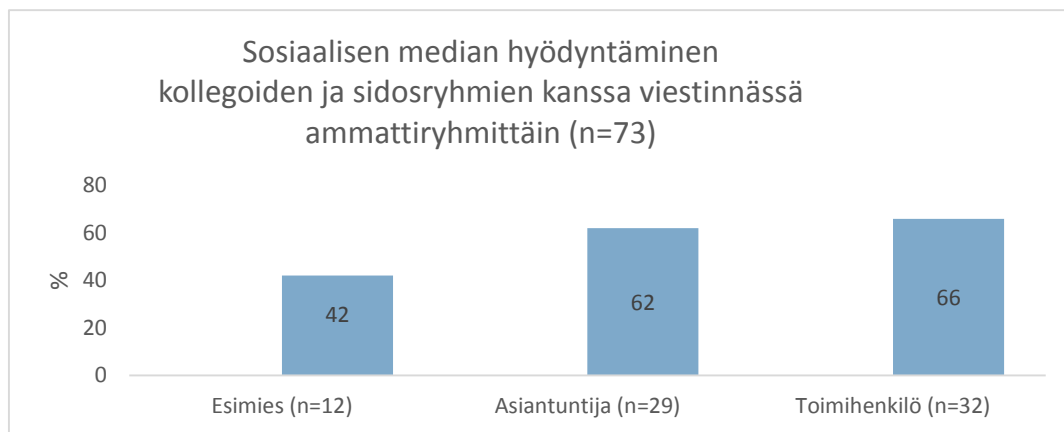
KUVIO 12 Sosiaalisen median hyödyntäminen vapaa-aikana? (n=73)

#### 4.2.3 Toimintatavat ja käyttötarkoitukset

Kyselylomakkeen teemassa Toimintatavat ja käyttötarkoitukset (Liite 1, kysymykset 15–29) pureuduttiin toimijoiden ja organisaatioiden tapaan ja tarkoitukseen käyttää sosiaalisen median eri kanavia työssä ja vapaa-aikana. Teeman perusteella haluttiin selvittää toimijoiden aktiivisuutta eri kanavissa sekä heidän suosikkikanaviaan viestimisessä.

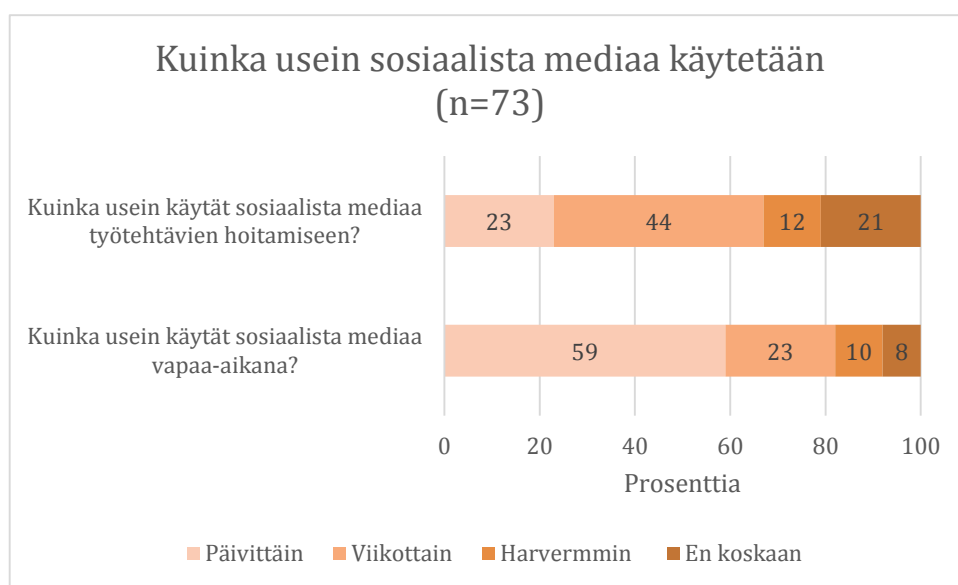


Kuvioissa 13 havainnollistetaan, että kuinka paljon eri ammattiryhmät käyttävät sosiaalista mediaa kollegoiden ja eri sidosryhmien kanssa viestimiseen. Siitä ilmenee, että esimiesasemassa (12 vastaajaa) olevista henkilöistä alle puolet (42 %) käytti sosiaalista mediaa kollegoiden ja sidosryhmien kanssa viestimiseen. Asiantuntijoista (29 vastaajaa) yli puolet (62 %) ja toimihenkilöistä (32 vastaajaa) 66 % hyödynsi sosiaalista mediaa kollegoiden ja sidosryhmien kanssa viestimiseen.



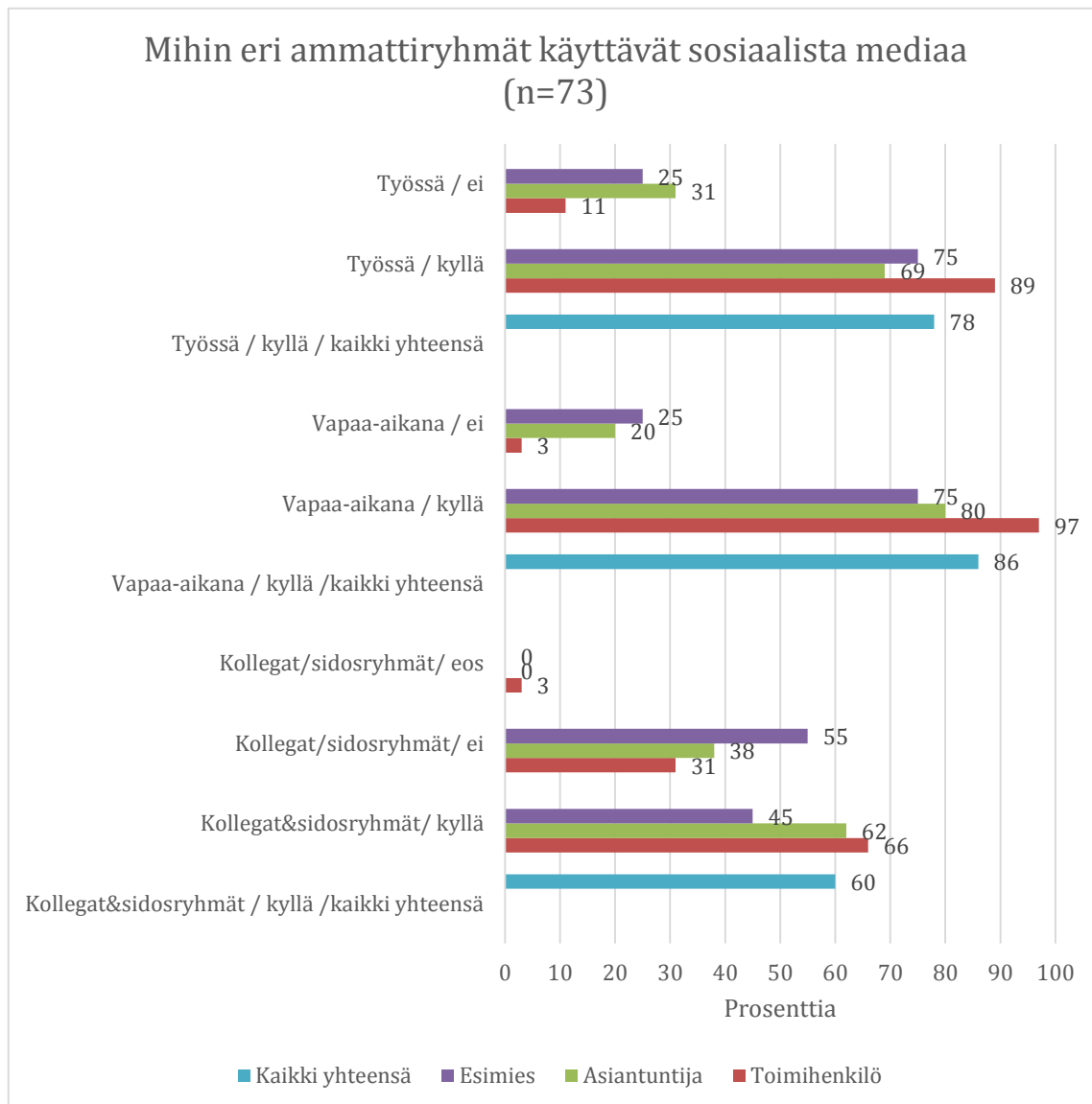
KUVIO 13. Sosiaalisen median hyödyntäminen kollegoiden sekä sidosryhmien kanssa viestinnässä ammattiryhmittäin (n=73)

Kuviosta 14 tulee esiin se, että viikoittain työtehtävien hoitamiseen käytti sosiaalista mediaa 44 % vastaajista ja päivittäin joka neljäs. Vapaa-aikana sosiaalista mediaa käytti yli puolet vastaajista (59 %). Kuviosta selviää, että noin viidesosa vastaajista ei käytä ollenkaan sosiaalista mediaa työtehtävien hoitamiseen.



KUVIO 14. Vastaajien sosiaalisen median käyttö (n=73)

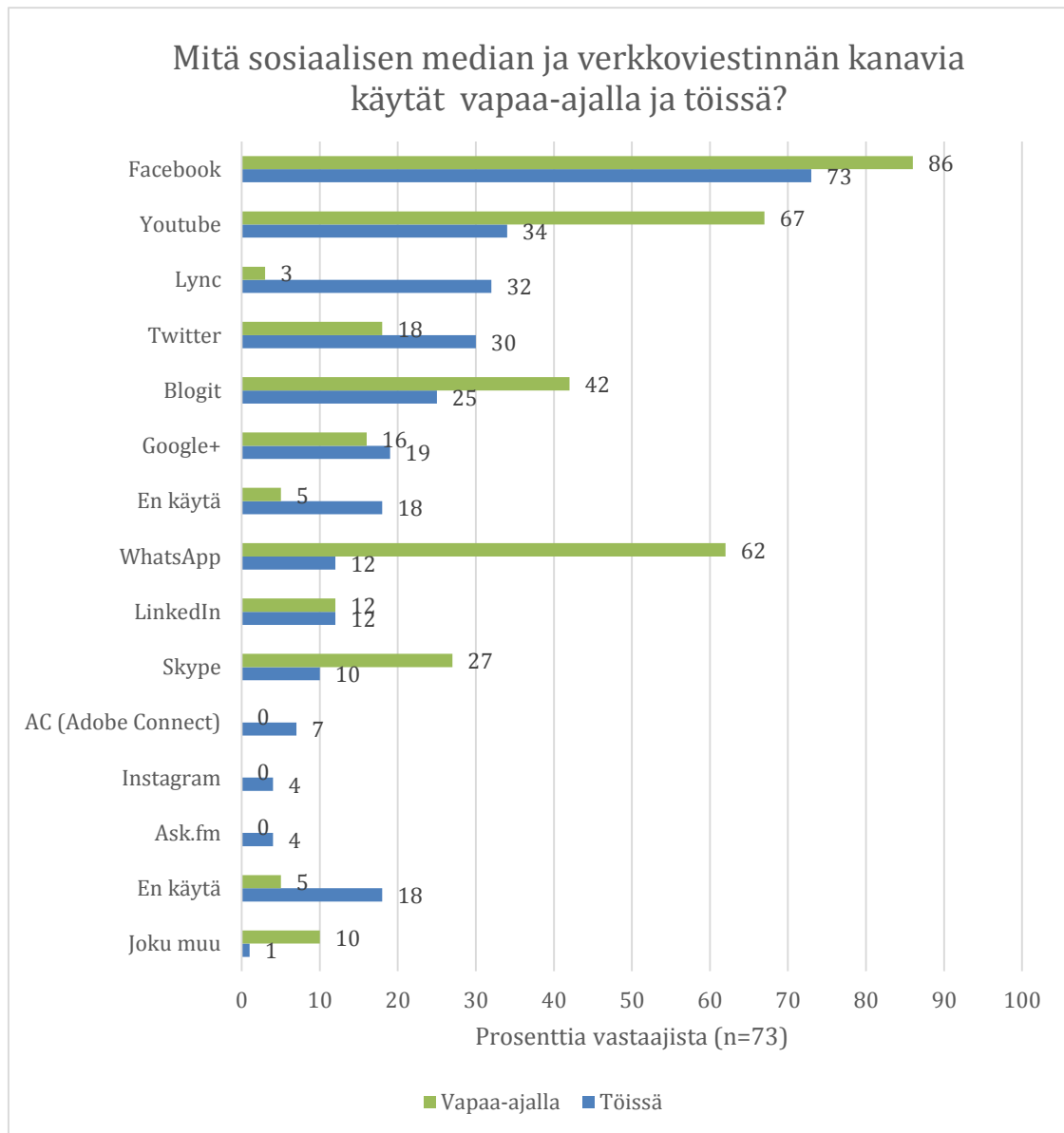
Kuviosta 15 käy ilmi, että kyselyyn vastanneiden esimiesten osalta sosiaalista mediaa käytetään yhtä paljon työ- ja vapaa-ajalla. Muiden ammattiryhmien osalta vapaa-ajan käyttö on suurempaa. Kollegoiden ja sidosryhmien kanssa viestimiseen sosiaalisen eri kanavia käyttävät eniten toimihenkilöt ja asiantuntijat.



KUVIO 15. Sosiaalisen median käyttötarkoitukset (n=73)

Kuvioista 16 ilmenee, että *Facebook* oli suosituin sosiaalisen median kanava sekä työ- että vapaa-ajan käytössä. Työkäytössä sitä käytti 73 % (53 henkilöä) vastaajista. *Youtube* oli seuraavaksi suosituin kanava sekä työ- että vapaa-aikana (67 %, 49 henkilöä). Työssään sitä ilmoitti käyttävänsä 34 % (25 henkilöä) vastaajista. Lisäksi *Twitter* ja blogit nousivat suosituimpien kanavien joukkoon työssä. Kolmanneksi suosituimmaksi työverkkoviestinnän välineeksi nousi *Lync* 23 % (23 henkilöä).

Vapaa-ajan käytössä *WhatsApp* 62 % (45 henkilöä) oli yksi käytetyimmistä viestintävälineistä *Facebookin* ja *Youtuben* ohella. Näiden kysymysten kohdalla vastaajilla oli mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto. Kyselyn tuloksien perusteella *Facebook* on edelleen käytetyin sosiaalisen median kanava. *Youtuben* käyttö työviestintävälineenä on suosittua ja uusien mobiililaitteiden myötä sen käyttäminen on helppoa.



KUVIO 16. Sosiaalisen median ja verkkoviestinnän kanavat työ- ja vapaa-ajan viestinnässä (n=73)

Sosiaalisen median eri kanavien käyttötarkoitukset työkäytössä -kysymykseen oli mahdollisuus valita monta eri vastausvaihtoehtoa (kuvio 17). Eniten vastaajat (73 %, 53 henkilöä) käyttivät sosiaalista mediaa tiedon etsimiseen. Toiseksi eniten (59 %, 43 henkilöä) sitä käytettiin ulkoiseen tiedottamiseen, markkinointiin ja viestintään. Eri sidosryhmien välisessä (47 %, 34 henkilöä) ja organisaation sisäisessä (42 %, 30 henkilöä) viestinnässä ei kyselyn perusteella ollut olennaista eroa.

Kuviosta 17 voidaan havaita, että tiedon etsiminen on suosituin sosiaalisen median käyttötarkoitus (73 %). Yli puolet vastaajista käytti sosiaalista mediaa viestintään asiakkaiden eli nuorten kanssa. Vähiten (14 %) sosiaalista mediaa käytettiin nuorten asiakkaiden vireystilan/aktiviteettitason seurantaan.

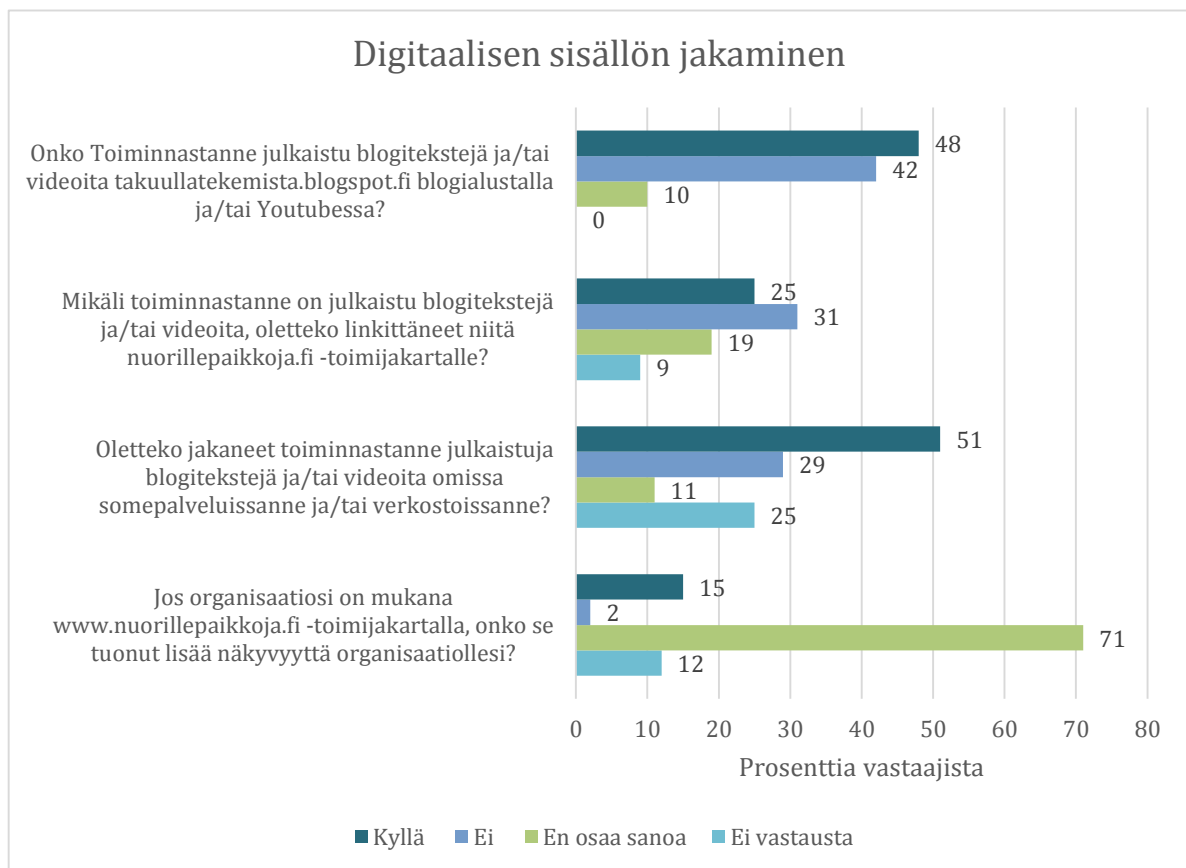


KUVIO 17. Sosiaalisen median eri kanavien käyttötarkoitus työssä (n=73)

Kuvio 18 osoittaa, että lähes puolet 48 % (35 vastaajaa) oli julkaissut blogitekstejä ja/tai videoita *Youtube*:ssa tai Takuulla Tekemistä! – blogialustalla. 10 % (7 vastaajaa) ei osannut sanoa, oliko oma organisaatio julkaissut blogitekstejä ja/tai videoita. Vastaajista 31 (42 %) ilmoitti, että organisaatio ei ollut julkaissut blogitekstejä ja/tai videoita.

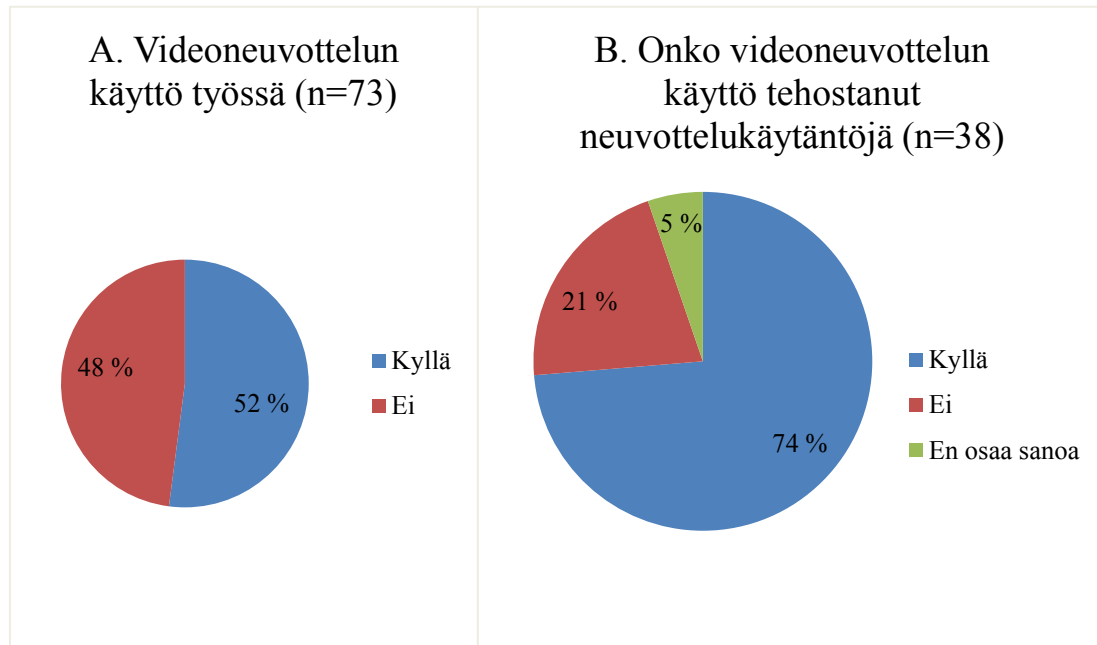
48 % (35 vastaajaa) on tehty Takuulla Tekemistä! -projektin toimesta blogiteksti ja/tai video ja 52 % (38 vastaajaa) ei ollut tehty tai vastaajat eivät tienneet oliko tehty. Koska kysymykseen oli pakko vastata, niin tulee verrata kuvioiden 13 ja 14 vastauksia keskenään. Kuvioiden perusteella voidaan päätellä, että enemmistö (71 %, 25 vastaajaa) blogitekstejä ja/tai videoita julkaisseista ovat linkittäneet niitä Nuorillepaikkoja.fi -karttapalveluun. Vastauksien perusteella voidaan päätellä, että suurin osa (51 %) toimijoista oli jakanut omissa sosiaalisen median palveluissa ja verkostoissa blogitekstejä ja/tai videoita (kuvio 18).

Kyselyyn vastanneista 71 % ei tiennyt oliko oman organisaation mukanaolo [www.nuorillepaikkoja.fi](http://www.nuorillepaikkoja.fi) -kartalla lisännyt organisaation näkyvyyttä. Ainoastaan 15 % vastaajista oli sitä mieltä, että kartta oli tuonut heille lisänäkyvyyttä. Tutkimuksesta ilmenee, että 12 % ei ollut lainkaan mukana nuorillepaikkoja.fi -kartalla.



KUVIO 18. Digitaalisen sisällön jakaminen

Kyselylomakkeessa kysyttiin vastaajien mahdollisuuksia ja kokemuksia hyödyntää videoneuvottelua työssään (kuviot 19 A ja B). Vastaajista yli puolet (52 %) oli käyttänyt videoneuvottelua työssään. Heistä suurin osa (74 %) oli sitä mieltä, että videoneuvottelu oli tehostanut neuvottelukäytäntöjä. Lync on videoneuvottelujärjestelmä ja se on käytössä suurimmalla osalla alueen kunnista.

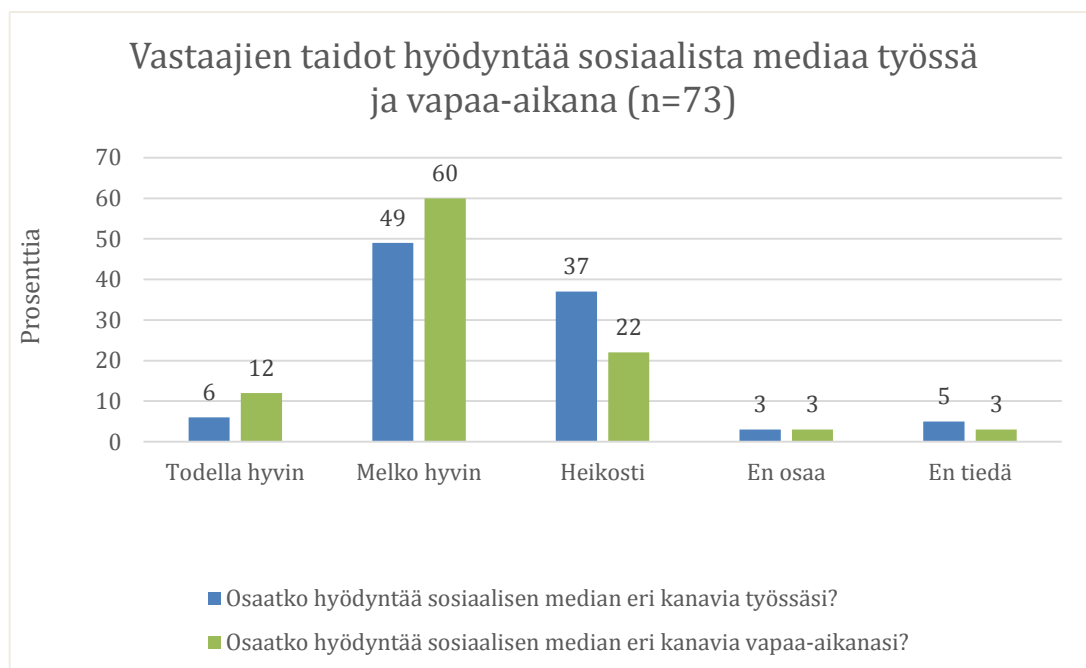


KUVIO 19 A. Videoneuvottelun käyttö työssä (n=73) ja  
B. Videoneuvottelun vaikutus neuvottelukäytäntöjen tehostumiseen (n=38)

Verkkoviestintäkartoituksen avoimessa kysymyksessä (Liite 1, kysymys 29) vastaajilta pyydettiin kommentteja ja havaintoja verkkoviestinnän toimintatavoista ja sosiaalisen median käytöstä omassa organisaatiossa. Toimijat kaipasivat ajantasaisia välineitä (älypuhelin ja tabletti) sosiaalisen median käyttöä varten. Vastaajat toivoivat myös yhteisiä pelisääntöjä ja strategiaa sekä koulutusta Internetin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median käyttöön. Puutteellinen ohjeistus ja erilaiset osaamisen tasot jarruttivat verkkoviestintäkanavien käyttöä. Vastauksissa toivottiin, että vastuuta sosiaalisen median kanavien käytöstä jaettaisiin laaja-alaisemmin henkilökunnan kesken. Viestinnän keskittyminen tietyille henkilöille koettiin esteeksi. Lisää innokkuutta ja oma-aloitteisuutta tarttua sosiaalisen median välineisiin peräänkuulutettiin. Monen mielestä sen mahdollisuuksia ja monipuolisuutta ei vielä ollut osattu eikä ymmärretty hyödyntää.

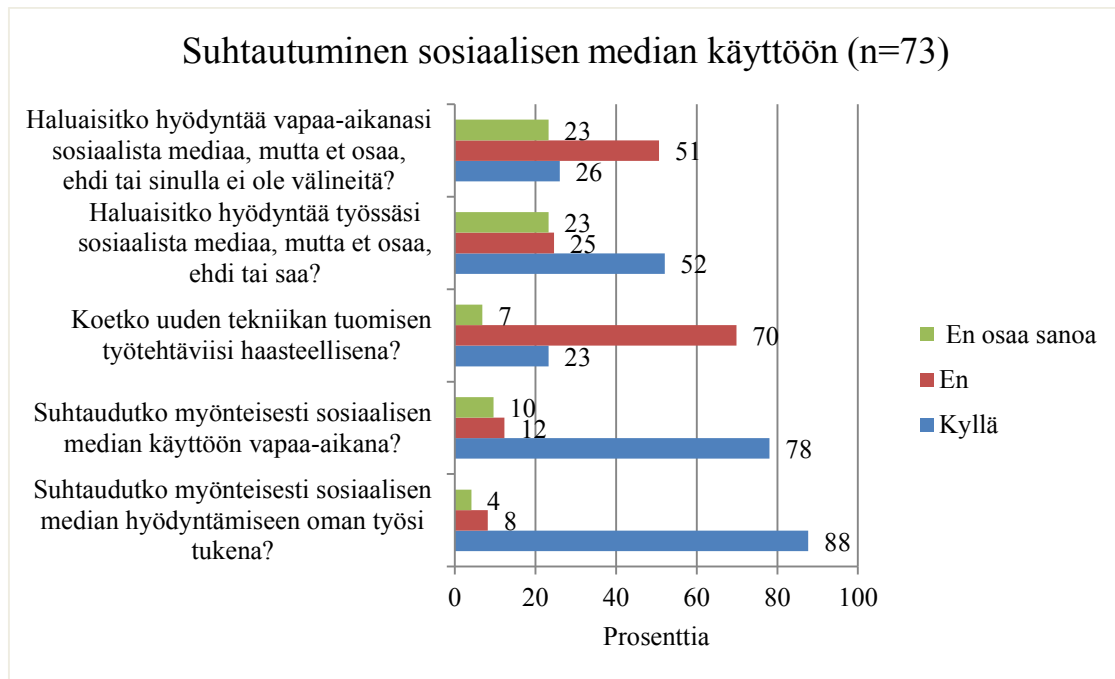
#### 4.2.4 Osaaminen ja asenteet

Teema Osaaminen ja asenteet (Liite 1, kysymykset 30–38) selvitti nuorisotakuutoimijoiden osaamista ja asenteita hyödyntää ja käyttää sosiaalista mediaa. Kuvio 20 nähdään, että melkein puolet vastaajista osasi hyödyntää omasta mielestään sosiaalista mediaa melko hyvin työssä. Vapaa-aikana yli puolet (60 %) ilmoitti osaavansa hyödyntää sosiaalista mediaa melko hyvin. Vastauksista käy kuitenkin ilmi, että melko iso osa vastaajista tarvitsee lisäkoulutusta ja tukea sosiaalisen median eri kanavien käyttöön. Lähes 40 % koki osaavansa hyödyntää sosiaalista mediaa heikosti työviestinnässä.



KUVIO 20. Vastaajien taidot hyödyntää sosiaalista mediaa työssä ja vapaa-aikana (n=73)

Kuvion 21 perusteella iso osa käyttäjistä suhtautuu sosiaalisen median käyttöön erittäin positiivisesti ja myönteisesti sekä työ- että vapaa-aikana. Uuden tekniikan tuomista työtehtäviin ei pidetty haasteellisena, mutta vastausten perusteella resurssit ja osaaminen rajoittivat sosiaalisen median käyttöä.



KUVIO 21. Suhtautuminen sosiaalisen median käyttöön (n=73)

Avoimien kysymysten (Liite 1, kysymykset 37–38) perusteella sosiaalisen median käyttöön liittyy vielä ennakkoluuloja ja epätietoisuutta. Sosiaalista mediaa haluttaisiin hyödyntää, mutta resursointiin ja koulutukseen pitäisi kiinnittää enemmän huomiota. Tiedostettiin, että asiakkaat/nuoret tavoitettiin sosiaalisen median eri kanavien kautta, mutta toivottiin ajankohtaista tietoa ja keskustelua viestinnän eri mahdollisuuksista. Vastauksissa toivottiin esimiehiltä ymmärrystä, panostusta ja tukea sosiaalisen median eri kanavien hyödyntämiseen ja käyttöön. Organisaation sisälle toivottiin selkeitä ohjeita ja vastuita uusien työkalujen käyttöön.

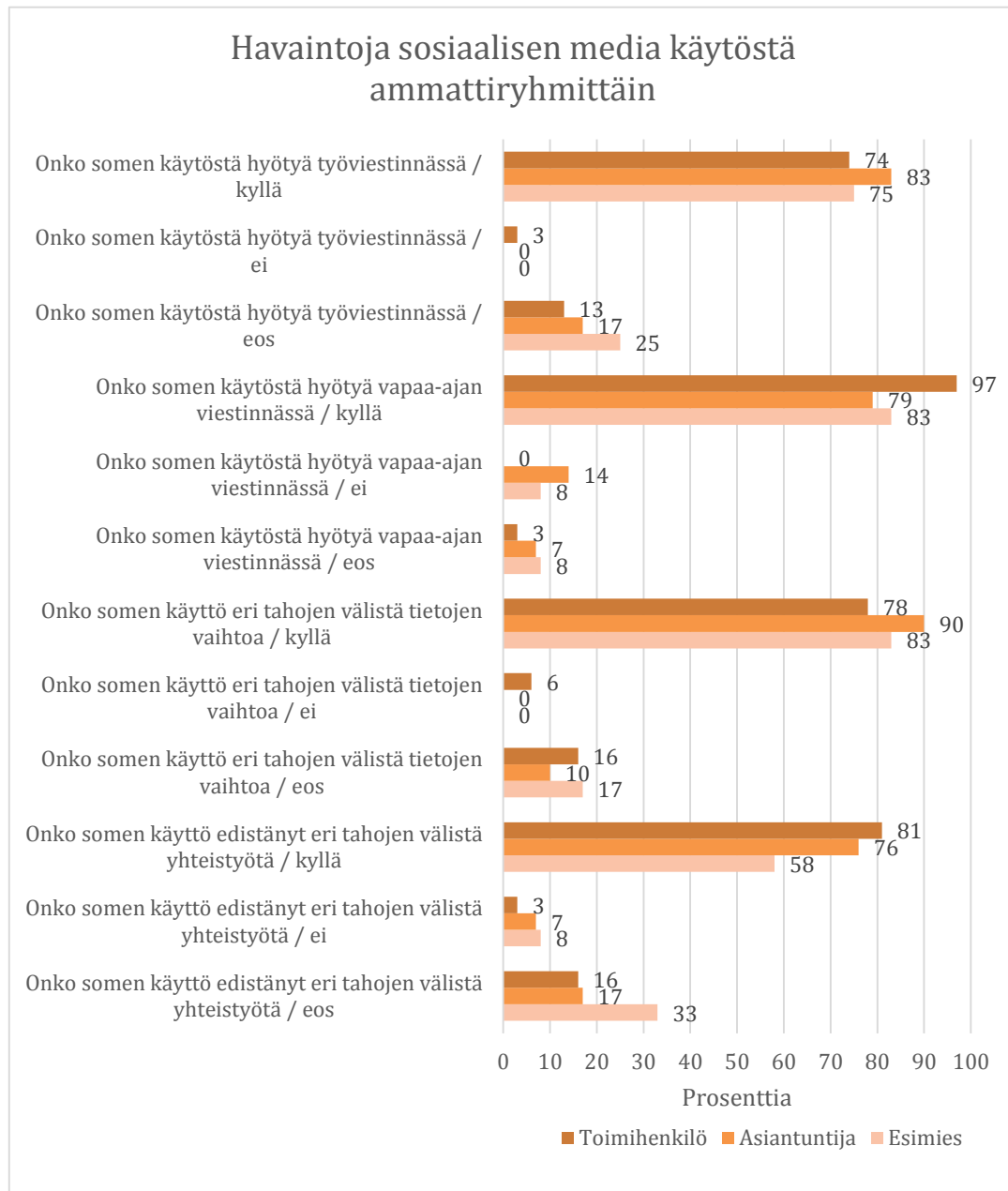
Kyselylomakkeella selvitettiin vastaajien koulutustarpeita liittyen verkkoviestintään (Liite 1, kysymys 38). Vastaajat toivoivat lisää monipuolista koulutusta ja tietoa niistä viestintäkanavista, joita nuoret käyttävät. He toivoivat myös ohjausta tehokkaaseen verkkoviestintävälineiden ja etätyökalujen käyttöön.

#### 4.2.5 Sosiaalisen median hyödyt ja haasteet

Teemassa Sosiaalisen median hyödyt ja haasteet (Liite 1, kysymykset 39–45) selvitettiin toimijoiden mielipiteitä sosiaalisen median käytön hyödyistä ja haasteista. Vastausten perusteella saatiin hyödyllistä tietoa sosiaalisen median käyttämisen mahdollisuuksista ja esteistä.

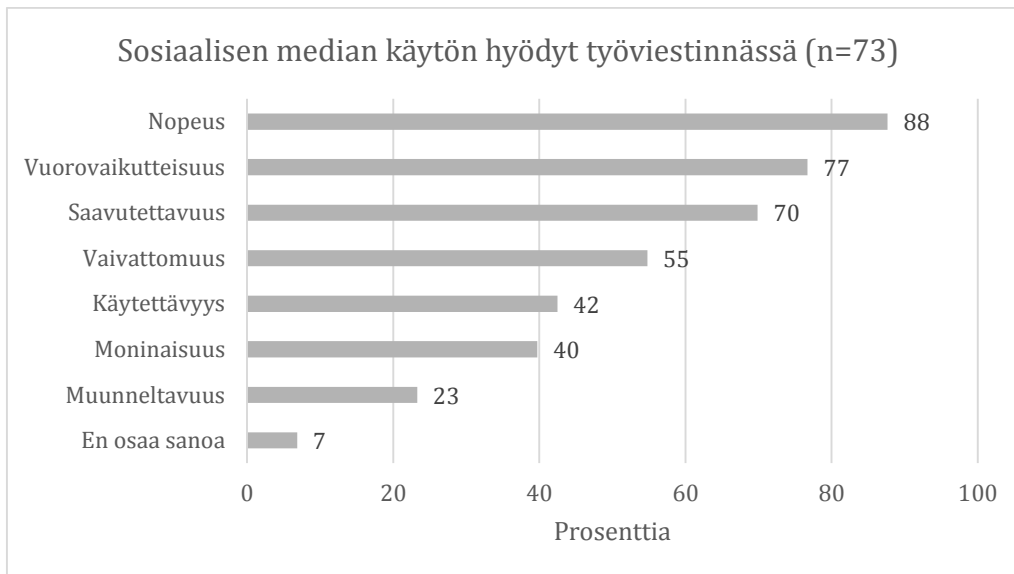


Kuviosta 22 voidaan päätellä, että kaikissa ammattiryhmissä selvä enemmistö koki, että sosiaalisen median käytöstä on hyötyä työviestinnässä sekä se edistää eri tahojen välistä yhteistyötä ja tietojen vaihtoa.



KUVIO 22. Mielipiteitä sosiaalisen median käytöstä (n=73)

Vastaajien mielestä sosiaalisen median suurimmat hyödyt (kuvio 23) olivat sen nopeus (88 %, 64 henkilöä), vuorovaikutteisuus (77 %, 56 henkilöä) ja saavutettavuus (70 %, 51 henkilöä). Tähän kysymykseen vastaajat ovat voineet valita useamman vastausvaihtoehdon.



KUVIO 23. Mielipiteitä sosiaalisen median hyödyistä työviestinnässä (n=73)

Merkittävimpänä haasteena ja esteenä sosiaalisen median käyttöön (kuvio 24) vastaajat kokivat useat viestintäkanavat (74 %, 54 henkilöä) ja ajanpuutteen (60 %, 44 henkilöä).



KUVIO 24. Haasteet ja esteet sosiaalisen median käyttöön työviestinnässä (n=73)

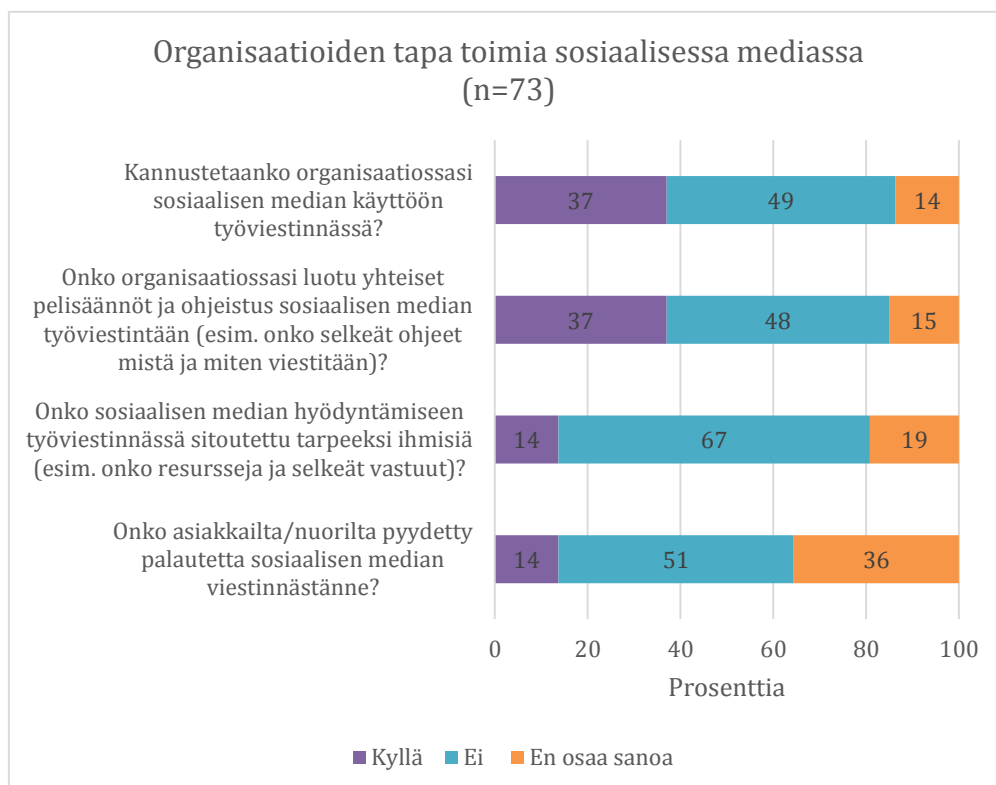
Vastaajien kommenttien ja havaintojen perusteella verkkoviestinnän haasteiksi sosiaalisessa mediassa (Liite 1, kysymys 45) nousi tietoturva ja viestintävälineet. Sosiaalisen median eri kanavien suuri määrä ja teknologian muutokset aiheuttivat myös haasteita.

#### 4.2.6 Resurssien hyödyntäminen ja pelisäännöt

Tässä osa-alueessa pureuduttiin organisaatioiden verkkoviestintäkäytäntöihin, pelisääntöihin ja toimintatapoihin sosiaalisessa mediassa. Haluttiin selvittää millaiset asiakkaat/nuoret olivat aktiivisia sosiaalisen median palveluiden käyttäjiä. Lisäksi selvitettiin yhteistyön ja verkostoitumisen hyötyjä ja mahdollisuuksia.

Kuviosta 25 voidaan päätellä, että huomiota tulee kiinnittää organisaatioissa resursointiin ja vastuunjakoon. Työntekijöiden sitouttamiseen ja resursointiin ei ollut vastausten perusteella panostettu riittävästi (67 %, 49 henkilöä). Vain 14 % (10 henkilöä) vastaajista oli sitä mieltä, että organisaatiossa oli sitouttaminen hoidettu riittävällä tasolla. Ongelmallista oli yhteisten pelisääntöjen, selkeiden ohjeiden puuttuminen ja kannustuksen vähyys.

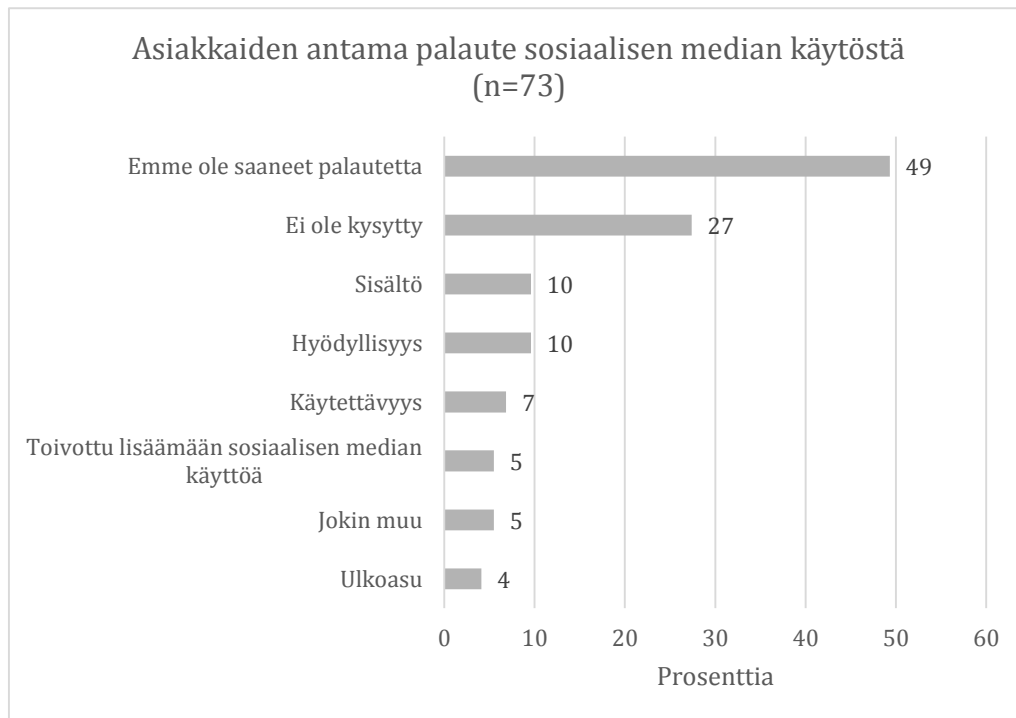
Vastauksista käy ilmi, että asiakkailta ei ollut pyydetty palautetta (51 %, 37 henkilöä) tai työntekijät eivät tienneet, oliko palautetta pyydetty (36 %, 26 henkilöä). Osalla vastaajien organisaatioista oli tutkimus vasta meneillään aiheesta. Ainoastaan viidesosa vastasi, että nuorilta/asiakkailta on saatu palautetta.



KUVIO 25. Organisaatioiden tapa toimia sosiaalisessa mediassa (n=73)

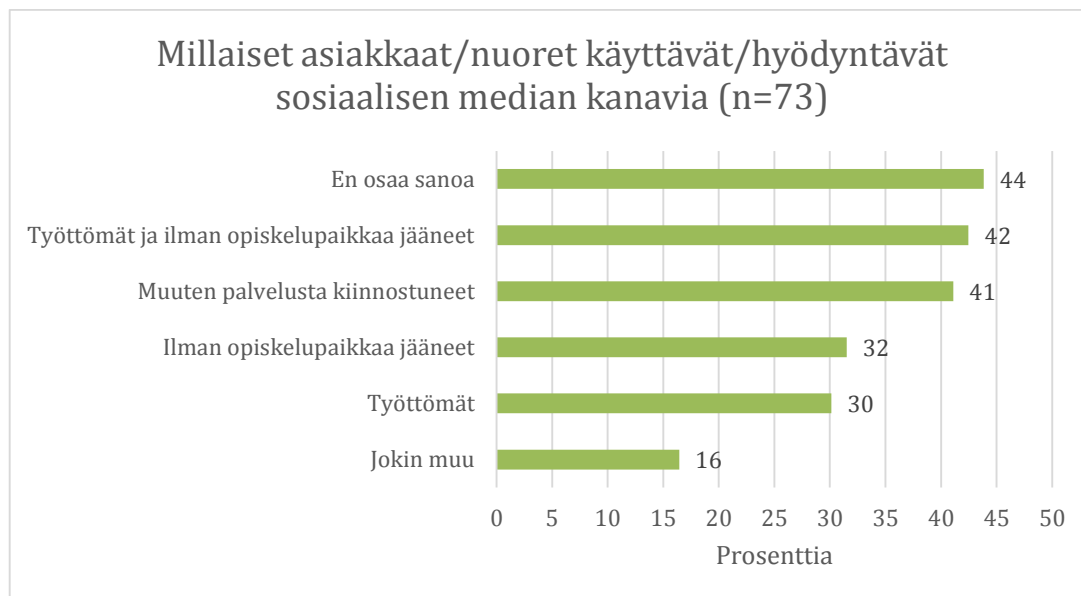
Asiakkailta saatu palaute (Liite 1, kysymys 50) oli pääosin positiivista ja mm. *Facebook*:in käyttöön viestinnässä oltiin tyytyväisiä. Nuoret toivoivat useampien viestintäkanavien käyttöä *Facebook*:in lisäksi, esim. *LinkedIn*. Osa koki viestinnän vanhanaikaiseksi ja riittämättömäksi.

Vastaajista 76 % ilmoitti, ettei heidän organisaatiossa ollut kysytty (20 henkilöä) tai saatu palautetta (36 henkilöä) sosiaalisen median käytöstä (kuvio 26). Saadun palautteen mukaan toivottiin palveluiden ja ohjauksen lisäämistä sosiaalisessa mediassa. Kanavien hyödyllisyys ja sisältö koettiin hyviksi.



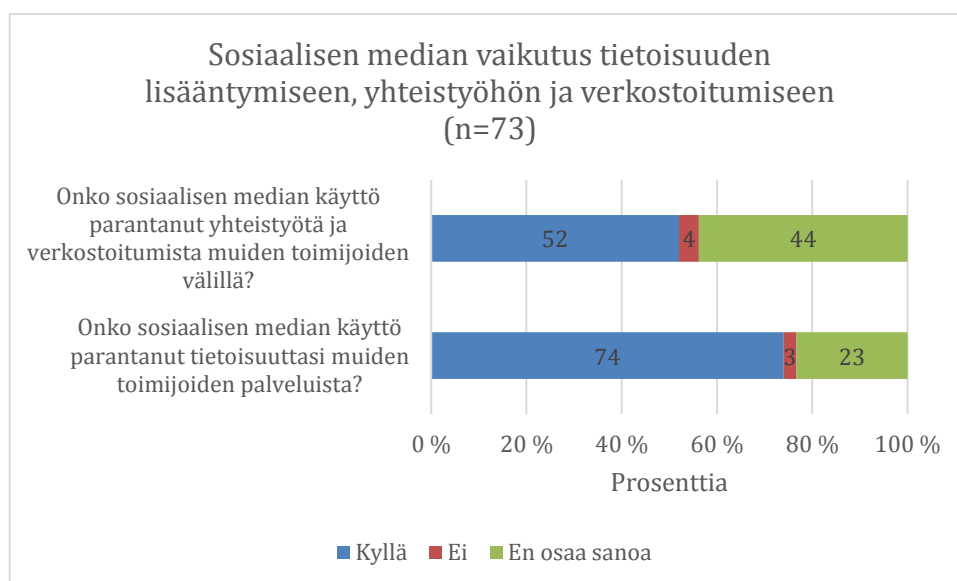
KUVIO 26. Asiakkaiden/nuorten antama palaute organisaation sosiaalisen median käytöstä (n=73)

Eniten eri nuorisotakuutoimijoiden jakamaa tietoa ja palveluita hyödynsivät vastauksien perusteella työttömät ja ilman opiskelupaikkaa jääneet ja muuten sosiaalisen median palveluista kiinnostuneet (kuvio 27). Suurin osa vastaajista ei osannut sanoa, millaiset asiakkaat/nuoret käyttivät heidän sosiaalisen median palveluja. Tähän kysymykseen vastaajat olivat voineet valita useamman vastausvaihtoehdon.



KUVIO 27. Sosiaalisen median käyttäjät (n=73)

Kuviosta 28 käy ilmi, että sosiaalinen media oli vaikuttanut enemmän positiivisesti kuin negatiivisesti yhteistyöhön, verkostoitumiseen ja tietoisuuden lisääntymiseen muiden saman alan toimijoiden kesken. Sosiaalinen media oli lisännyt nuorisotakuutoimijoiden tietoisuutta muiden toimijoiden palvelusta (74 %, 54 henkilöä). Yhteistyön ja verkostoitumisen muiden nuorisotakuutoimijoiden välillä koki parantuneen 52 % vastaajista (38 henkilöä). Asiaan ei osannut vastata 44 % vastaajista (32 henkilöä).

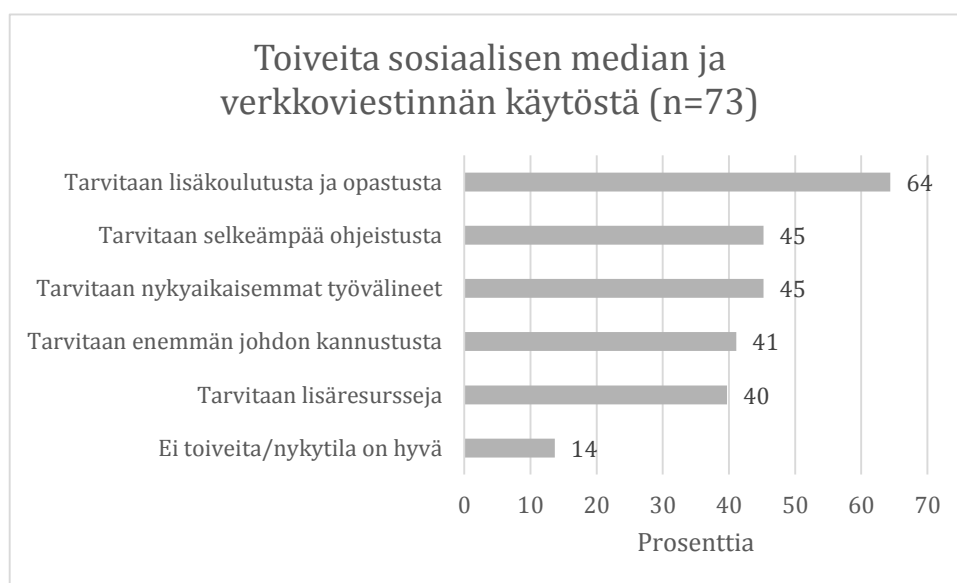


KUVIO 28. Sosiaalisen median vaikutus tietoisuuden lisääntymiseen, yhteistyöhön ja verkostoitumiseen (n=73)

#### 4.2.7 Toiveita sosiaalisen median ja verkkoviestinnän käytön suhteen

Tässä teemassa haluttiin kerätä vastaajien toiveita, havaintoja ja kommentteja sosiaalisen median viestinnästä.

Eniten (64 %, 47 henkilöä) nuorisotakuutoimijat toivoivat kyselyn mukaan saavansa koulutusta ja opastusta sosiaalisen median käyttöön ja verkkoviestintään. Selkeitä ohjeita ja nykyaikaisempia työvälineitä tunsivat tarvitsevänsä 45 % vastaajista (33 henkilöä). Resurssien lisääminen ja johdon kannustus koettiin tärkeiksi. Nykytilan koki hyväksi 14 %. Tähän kysymykseen vastaajat ovat voineet valita useamman vastausvaihtoehdon (kuvio 29).



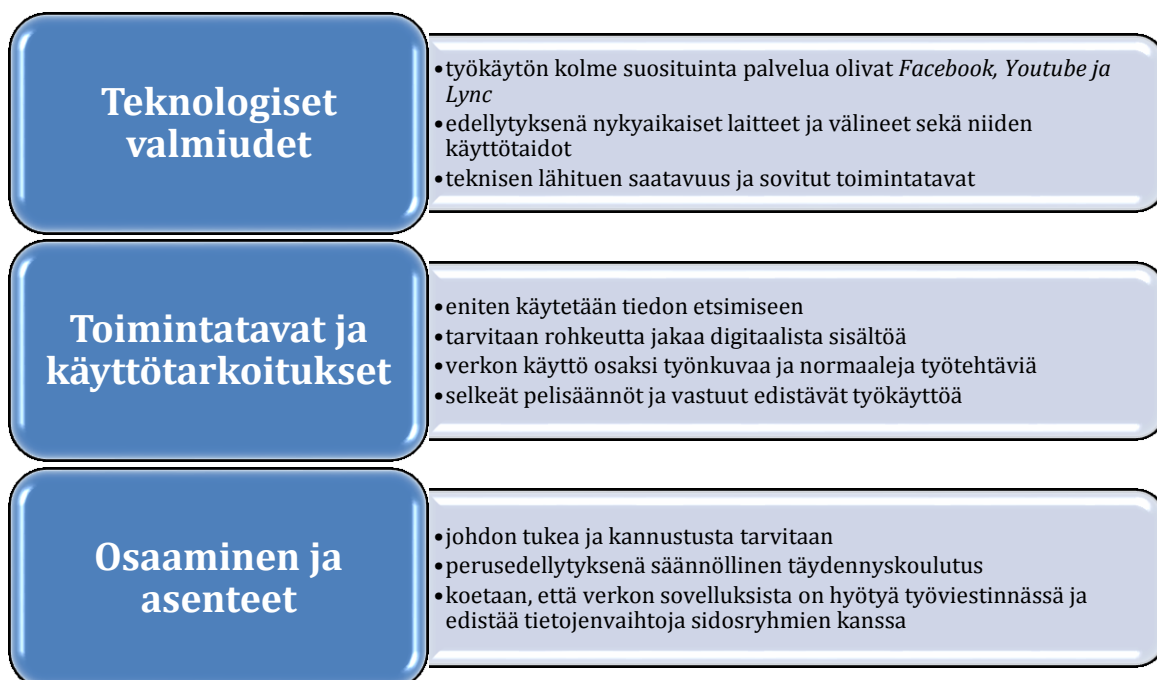
KUVIO 29. Vastaajien toiveet sosiaalisen median ja verkkoviestinnän käytön suhteen (n=73)

## 5 POHDINTA

Pohdintaluvun aluksi kerrotaan päätulosten yhteenveto. Sen jälkeen pohditaan tuloksia ja niiden yhteyksiä aiempiin tutkimuksiin ja kirjallisuuteen eri teema-alueilla, joita ovat teknologiset valmiudet, toimintatavat ja käyttötarkoitukset, osaaminen ja asenteet sekä sosiaalisen median hyödyt ja haasteet. Lopuksi arvioidaan tämän tutkielman tutkimusprosessia sekä esitetään ehdotuksia jatkotutkimusaiheiksi.

### 5.1 Päätulosten yhteenveto

Tässä tutkielmassa kartoitettiin pirkanmaalaisten nuorisotakuutoimijoiden sosiaalisen median ja verkon työkalujen työkäyttöä sekä etsittiin niiden työkäyttöön liittyviä estäviä ja edistäviä tekijöitä. Kyselylomakkeeseen vastanneista verkkopalveluita ja sosiaalista mediaa käytti työtehtävissä 78 %, joista 44 % vähintään kerran viikossa. Työkäytön kolme suosituinta palvelua olivat *Facebook*, *Youtube* ja *Lync* (videoneuvotteluohjelmisto). Suosituimmat käyttötarkoitukset olivat tiedon etsiminen, oman organisaation palveluista tiedottaminen ja mainostaminen sekä viestintä asiakkaiden kanssa. Kuvioon 30 on koottu tämän tutkielman päätulokset.



Kuvio 30. Tämän tutkimuksen päätulokset.

Tulosten mukaan eniten sosiaalista mediaa työssä käyttävät esimiehet ja toimihenkilöt. Työolobarometrin (2014, 27) mukaan ylemmät toimihenkilöt (mihin ryhmään esimiehet kuuluvat) käyttävät selvästi eniten sosiaalista mediaa työssään. Tämän tutkimuksen ja työolobarometrin tulokset eroavat toisistaan. Esimiehet eivät olleet sosiaalisen median ahkerampia käyttäjiä vaan eniten sitä töissä käytti toimihenkilöt. Esimiesten työ- ja vapaa-ajan käytöllä ei ollut eroa. Todennäköisesti ne, jotka käyttävät sosiaalista mediaa vapaa-aikana käyttävät sitä myös töissä erityisesti esimiesten ammattiryhmässä.

Tulosten perusteella digitaalisen sisällön (esimerkiksi) jakamista verkkopalveluissa aristellaan vielä. Vain puolet vastaajista oli jakanut oman organisaation toiminnasta tehtyjä videoita ja blogitekstejä esimerkiksi *Youtube*:ssa tai linkittäneet niitä eteenpäin omissa sosiaalisen median palveluissaan.

88 % vastaajista suhtautui myönteisesti verkkopalveluiden ja sosiaalisen median työkäyttöön, mutta 40 % koki osaavansa hyödyntää niitä heikosti. Suurin osa vastaajista koki, että verkkopalveluiden ja sosiaalisen median käytöstä on hyötyä työviestinnässä ja se edistää eri tahojen välistä yhteistyötä ja tietojen vaihtoa.

Kaksi suurinta haastetta verkon työkäytölle olivat useat viestintäkanavat ja ajanpuute. Ongelmallista vastaajien mukaan oli myös yhteisten pelisääntöjen ja selkeiden ohjeiden puuttuminen sekä kannustuksen vähyys. Tulosten mukaan verkkopalveluiden ja sosiaalisen median ohjelmistojen työkäyttöä edistävät teemaan liittyvä täydennyskoulutus, selkeä vastuunjako sekä johdon tuki ja kannustus.

## 5.2 Teknologiset valmiudet

”Työntekijät toivovat parempia välineitä (älypuhelin, tabletti) sosiaalisen median käyttöä varten, mutta esimies ei ole niitä (vielä) myöntänyt”  
(Verkkoviestintäkartoituksen kysymyksen 29 avoin vastaus).

Tulosten mukaan vain puolella vastaajista oli mahdollisuus käyttää työssä mobiililaitteita eli älypuhelinia ja/tai tablettia. Niiden avulla yhteydenpito kuitenkin asiakkaisiin ja tässä tapauksessa nuoriin helpottuu ja tavoitettavuus paranee. Mahdollisuus käyttää töissä nykyaikaisia laitteita edistää verkkopalveluiden ja sosiaalisen median työkäyttöä. Sitä edistää myös langattoman verkon saatavuus, mikä toteutui lähes kaikilla vastaajilla. Usein ajatellaan, että ei mennä teknologia edellä kehittämään työn tekemisen tapoja, mutta teknologia (laitteet ja verkot) luovat kuitenkin pohjan ja ovat välttämättömä edellytys käyttää verkkopalveluita ja sosiaalista mediaa.

Yksi esimerkki sovelluskäytöstä on videoneuvottelut, jotka vaativat verkkoyhteyden, välineet sekä sovelluksen ja sen käyttötaidon. Yli puolet kyselyyn vastanneista oli osallistunut videoneuvotteluun



ja 74 %:a heistä on sitä mieltä, että se on tehostanut neuvottelukäytäntöjä. Usein ensimmäisen onnistuneen videoneuvottelun jälkeen innostutaan videoneuvotteluista. Se kuitenkin vaatii jonkun, joka järjestää ensimmäisen onnistuneen videoneuvottelun sekä toimii tarvittaessa opastajana ja ohjaajana siihen liittyvien ohjelmistojen ja laitteiden (mm. kuulokkeiden) asentamiseen ja käyttämiseen.

Suurin osa nuorisotakuutoimijoista työskentelee julkisella sektorilla ja tulosten perusteella voidaan todeta, että siellä tekninen lähituki on melko hyvin järjestetty ja saatavilla. Teknisen lähituen järjestämisessä oleellista on yhteistyö, vastuualueiden selkeyttäminen, viestintä ja vuorovaikutus teknistä tukea järjestävän tahon kanssa. Johdon tulisi ottaa vastuu tästä asiasta, mutta työntekijät itsekin voivat nostaa asian esiin ja vaatia asian hoitamista kuntoon.

Suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä ohjelmistojen ja laitteiden toimivuuteen, mutta silti erityishuomioita pitää kiinnittää myös ohjelmistojen käytön täydennyskoulutukseen. Olemassa olevat laitteet, sovellukset sekä langattomien verkkojen käyttö pitää saada tehokäyttöön ja usein siihen auttaa mahdollisuus ajantasaiseen koulutukseen ja opastukseen.

Venkateshin ym. (2003, 453) UTAUT-mallin yhtenä avaintekijänä on käyttöä tukevat olosuhteet, jotka korostavat yksilön omaa kokemusta organisaation ja teknologian tuesta omassa teknologian käytössä. Tämän tutkimuksen tulokset tukevat tätä ajatusta ja tulosten mukaan niillä on merkitystä teknologian käytön suhteen.

Korpelainen nosti esiin (2011) informaalit tavat oppia tietoteknisiä sovelluksia ja toisaalta taas työskentely-ympäristön, joka usein asettaa oppimiselle esteitä eli työskentelykulttuurin pitää rohkaista kysymään apua joko kollegalta tai teknisen tuen henkilöltä. Teknologisissa valmiuksissa korostuivat nykyaikaiset välineet sekä laitteet ja niiden käyttötaidot, joita voi säännöllisellä täydennyskoulutuksella vahvistaa. Teknistä lähitukea tulee olla saatavilla ja työnjako sekä toimintatavat sovittuina.

### **5.3 Toimintatavat ja käyttötarkoitukset**

”Sosiaalisen median käyttämisestä pitäisi keskustella enemmän organisaation sisällä. Ei riitä, että joku on innokas, vaan se että se on organisaation toimintatapa” (Verkkoviestintäkartoituksen kysymyksen 37 avoin vastaus).

Tässä teemassa keskityttiin toimijoiden ja organisaatioiden tapaan ja tarkoitukseen käyttää sosiaalisen median eri kanavia työssä ja vapaa-aikana. Tämän lisäksi käsiteltiin asioita, jotka vaikuttavat niiden käyttöön. Vastaajien organisaatioiden toiminnasta saatiin hyödyllistä tietoa Takuulla tekemistä! ja

Seutunuotta -hankkeisiin sekä niiden loppuraportteihin, minkä perusteella jatkossa alueen verkko-viestintää kehitetään jatkossa.

Teema-alueesta nousi esiin digitaalisen sisällön jakaminen ja verkon käyttö osana työnkuvaa ja yhtenä työtapana. Yleisin verkon käyttötarkoitus on tiedon etsiminen, mutta sen mahdollisuudet ovat rajattomat muun muassa tuomalla oman organisaation toiminnan esiintuomisessa. Vastaajat kaipa-sivat yhteisiä pelisääntöjä, sovittuja vastuualueita ja tavoitteita verkon käyttöön. Kehityshaluiset orga-nisaatiot kaipaavat palautetta toiminnastaan ja sosiaalinen media on yksi mahdollinen väylä kerätä sitä ja toimia vuorovaikutuskanavana asiakkaiden kanssa.

Lähes puolet vastaajista käytti sosiaalista mediaa ja verkon työkaluja viikoittain. Vapaa-ajalla lähes 60 % vastaajista käytti niitä päivittäin. Lähes neljännes (21 %) vastaajista ei käyttänyt sosiaalista mediaa työtehtävissä ollenkaan. Tähän vaikuttanee sosiaalisen median ja verkon käytön ujuttaminen osaksi normaaleja työtehtäviä ja kuinka sallittua sekä toivottavaa se on. Tärkeää on luoda oman or-ganisaation ohjeet ja suositukset käytölle. Esimiesten on johdonmukaisesti tuettava järkevää työkäyt-töä. Oleellista on myös tahto ja innostus muuttaa omia ja koko työyhteisön työtapoja. Kun otetaan jotain vanhaa pois ja uutta toimintamallia tilalle, verkko ja sosiaalinen media voi olla hyödyksi. To-dennäköisesti verkkopalveluiden ja sosiaalisen median käyttö muuttaa työtehtäviä jatkossa. Esimerk-kinä tästä on puhelinkyselyiden vähentyminen, kun palveluista ja tapahtumista viestitään tehokkaasti verkossa ja niiden palveluiden seuraajat saavat tarvittavan tiedon tämän väylän kautta.

Digitaalisen sisällön jakamiskulttuuri ja sen ottaminen osaksi normaaleja työrutiineja edistää verkon hyödyntämistä työkäytössä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että jos investoidaan aikaa ja rahaa omasta organisaatiosta tehtävään digitaaliseen sisältöön, se tulisi myös huolellisesti ja suunnitelma-lisesti jakaa ja levittää mahdollisimman tehokkaasti.

Tulosten mukaan pääasiallinen tahtotila on ottaa verkkopalveluita ja sosiaalisen median ohjelmistoja osaksi omia työtehtäviä. Tähän saattaa vaikuttaa tarve verkostoitua ja tehdä yhteistyötä kollegojen kanssa eri organisaatioista. Engeströmin solmutyöskentely (1999, 345-347) korosti juuri tätä organi-soimatonta yhteistyötä. Toimijat itse voivat koota epävirallisen virtuaalisen tiimin ratkaisemaan on-gelman tai asian ja työvälineenä tässä voi olla verkkopalvelu tai sosiaalisen median ohjelmisto esim. ammatillinen *Facebook*-ryhmä. Marjetan mukaan (2011, 31) verkon hyödyntäminen toimijoiden yh-teistyön edistäjänä ei ole niin yksinkertaista. Tämä näkyy myös tämän tutkielman tuloksissa. Siihen liittyy monia sekä yksilöön että yhteisöön liittyviä seikkoja. Uuden sosiaalisen median tai verkon

työkalun käyttöönotto vaatii yksilöltä innostusta ja tahtoa oppia sen käyttöä. Myös ympäristön eli kollegoiden, esimiehen ja koko organisaation työskentelykulttuurin pitää tukea ja kannustaa tähän.

Tulosten mukaan (kuvio 15) vain alle puolet esimiehistä hyödynsi sosiaalista mediaa kollegoiden ja sidosryhmien kanssa viestimiseen. Toimihenkilöistä ja asiantuntijoista yli puolet taas käytti sosiaalista mediaa kollegojen ja sidosryhmien kanssa viestimiseen. Jälkimmäisillä ammattiryhmillä on mahdollisesti vähemmän mahdollisuuksia kasvokkain tapaamisiin ja siitä syystä on etsitty muita tapoja yhteistyön tekemiseen. Esimiehet ovat kuitenkin organisaatiossa avainasemassa uusien toimintatapojen ja -mallien luomisessa, kannustamisessa ja käyttöönottamisessa eli heidän esimerkkinsä vaikuttaa myös tähän sosiaalisen median hyödyntämismahdollisuuteen.

Kannustamiseen liittyy sosiaalinen paine ja Venkateshin ym. (2003, 453) UTAUT-mallin tunnistama sosiaalinen vaikutus. Jos kollega tai esimies kannustaa ja antaa positiivisen sysäyksen teknologian käyttöön, niin yksilölle se merkitsee odotusta myös teknologian käyttämisestä.

Eniten vastaajat käyttivät sosiaalista mediaa ja verkkoa tiedon etsimiseen. Tieto on nykyään nopeasti muuttuvaa ja parhaimmillaan internetin välityksellä löytyvä ammatillinen tieto edistää toimijan asiantuntijuutta sekä parantaa asiakaspalvelua. Toiseksi eniten verkkoa ja sosiaalista mediaa käytettiin ulkoiseen tiedottamiseen, markkinointiin ja viestintään. Yli puolet vastaajista käytti sitä myös nuorten kanssa viestimiseen.

Sidosryhmien välinen ja asiakkaiden eli nuorten kanssa nopea ja ajankohtainen viestintä on tärkeä osa nuorisotakuutoimintaa. Verkkoviestintätyökalut mahdollistavat nopean ja ajantasaisen palvelun ja tiedonsaannin eri toimijoiden ja asiakkaiden välillä. Ne lisäävät ja edistävät yhteistyötä eri toimijoiden kesken, mutta vaativat toimijoilta aktiivisuutta ja halua tiedon jakamiseen eikä vain sen etsimiseen. Sosiaalista mediaa ja verkon työkaluja käytetään melko hyvin jo tiedonetsimiseen, mutta seuraava askel olisi otettava aktiiviseksi jakajaksi. TEM:in työolobarometrissä (2014, 26) tulokset ovat samanlaisia eli sosiaalisen median seuraajia on huomattavasti enemmän kuin sisällöntuottajia. Pöngän ja Impiön mukaan (2009, 3) juuri jakaminen on yksilölle mahdollisuus sosiaalisen median toimintaympäristössä. Usein todetaan, että mitä enemmän jaat, sitä enemmän saat. Jakaminen koetaan sosiaalisessa mediassa normaalina toimintatapana ja myös mahdollisuutena osoittaa asiantuntijuus omalla alalla. Tämä myös edistää yksilön lisäksi oman organisaation näkyvyyttä kansallisesti.

Nuorisotakuun piirissä toimivien organisaatioiden on tärkeää pyrkiä olemaan helposti ja vaivattomasti tavoitettavissa ja löydettävissä. Takuulla Tekemistä! -projektin blogissa ja *Youtube*-kanavalla on julkaistu toimeksiantajien kanssa yhteistyössä toteutettuja blogitekstejä ja videoita ajankohtaisista

nuorten palveluista sekä nuorten kokemuksista liittyen työnhakuun ja kouluttautumiseen. Tulosten mukaan kuitenkin vain puolet on jakanut eteenpäin digitaalista sisältöä, mitä on projektissa heille tuotettu. Puolet tehdyistä sisällöistä on jäänyt projektin sivuille ja *Youtube*:en. Todennäköisesti niitä ei löydy monikaan eikä niiden sanoma välity toivotulla tavalla. Sosiaalisen median kanavien hyödyntämistä tulevaisuudessa tulee kehittää ja jatkaa systemaattisesti.

Kun digitaaliseen sisältöön (esimerkiksi videoon tai blogitekstiin) on investoitu aikaa ja rahaa, se pitää hyödyntää mahdollisimman hyvin. Digitaalisen sisällön (kuvien ja videoiden) jakaminen tuo samalla myös näkyvyyttä organisaatiolle ja sen toiminnalle. Tämä edistää kuntalaisten ja poliitikkojen tietoisuutta kunnan eri sektoreiden toiminnasta ja kertoo millaista vastinetta verorahoille on saatu. Toiminnasta kertovien kuvien ja videoiden jakaminen antaa modernin kuvan organisaation toiminnasta sekä nuorille että sidosryhmille. Harvoin pitkiä tekstipohjaisia raportteja jaksetaan lukea, mutta muutaman minuutin video jaksetaan helposti katsoa. Yhtenä mainintana tämän tutkielman esikyselyssä verkoston yhteistyön virkistämisestä mainittiin, että toisilta organisaatiolta voi oppia. Tämä edellyttää vuorovaikutusta ja mahdollisuutta saada tietoa toisen organisaation toiminnasta ja tässä sosiaalinen media on oiva kanava. Sitä voi edistää opastamalla ja kouluttamalla toimijoita sosiaalisen median ja verkon työkalujen hyvistä puolista sekä perustelemalla niiden käyttöä.

Sosiaalista mediaa ja Internetin eri verkkopalveluita verkkoa voi hyödyntää oman organisaation ja sen toiminnan mainostamiseen ja näkyväksi tulemiseen myös kansallisella tasolla. Organisaation *brändäys* (=positiivinen mielikuva organisaatiosta) tuo usein kiinnostusta sekä mahdollista kehittämistukea ja -tietoisuutta muista vastaavista organisaatiosta ympäri Suomen ja jopa ympäri maailman. Verkon avulla organisaatiolla on mahdollisuus kertoa omasta toiminnastaan ja näyttäytyä niiden avulla verkossa. Julkisella sektorilla tämä on erityisen tärkeää, koska organisaation rahoituksesta vastaavat poliittiset vastuuhenkilöt ovat kiinnostuneita seuraamaan eri yksiköiden toimintaa ja tämä saattaa vaikuttaa muun muassa rahoituksiin.

Organisaation sisällä on oltava selkeä ja avoin ohjeistus siitä, miten sosiaalista mediaa ja verkkoa käytetään. Organisaatiossa voidaan etsiä vastaukset muutaman kysymyksen. Kysymykset ovat:

- Miten organisaatiomme haluaa näkyä verkossa?
- Mistä asioista haluamme verkossa kertoa ja miten?
- Onko huumori sallittua?
- Ketkä päivittävät sosiaalisen median palveluita organisaation nimissä?

Useat eri yhteisöt ovat tehneet omat sosiaalisen median ohjeistukset, joista voi ja kannattaa ottaa mallia. Esimerkiksi Jyväskylän yliopistolla on ohjeet henkilöstölle sosiaalisen median käytöstä. (Hyödyt some-palveluista ja käytöstä JY:n henkilöstölle, 2010).

Selkeät ja jaetut vastuut sosiaalisen median ja verkon työkalujen työkäytöstä edellyttää avointa keskustelukulttuuria. Asenne ja valmius monialaiseen yhteistyöhön nuorten kanssa toimivilla on Vehviläisen ja Koramon selvitysten mukaan (2013, 71-72) hyvä ja siihen liittyy muun muassa tiedonvaihdon ja asiantuntijatuken mahdollistaminen. Tätä hyvää asennetta tarvitaan myös jaettujen vastuiden selkeyttämiseen sekä organisaation sisällä että sidosryhmien kesken. Oleellista on kertoa ulospäin mahdollisimman avoimesti omista palveluista, jotta sidosryhmät ovat tietoisia niistä. Sosiaalisessa mediassa voidaan tarvittaessa myös ohjata nuoria sidosryhmän palveluiden pariin, kun niistä ollaan tietoisia. Nuorelle tärkeintä on kuitenkin löytää oikea palvelu riippumatta sen tuottajasta.

Asiakkaiden ja sidosryhmien palaute on arvokasta organisaation toiminnan kehittämisen kannalta. Myös TEM:in tutkimuksen (Työolobarometri 2014, 28) mukaan sosiaalista mediaa hyödynnetään palautteen saamiseen. Lähes 80 % ei kuitenkaan tämän kyselyn mukaan ollut pyytänyt sosiaalisen median kautta palautetta. Palautteen saaminen vaatii työtä ja vaivaa sekä ideaa siitä, miten sitä pyydetään. Parhaimmillaan palaute kuitenkin antaa hyviä vinkkejä ja ideoita sosiaalisen median läsnäolosta juuri omalle kohderyhmälle. Verkkoviestintäkartoitukseen vastanneiden mukaan palautteesta on käynyt ilmi muun muassa se, että nuoret toivovat palveluiden ja ohjauksen lisäämistä sosiaalisessa mediassa. Pikaviestipalveluita ja etäyhteyksien hyödyntämistä tulisi jatkossa kokeilla kasvokkaisen ohjaustuen lisäksi. Yksinkertaisimmillaan palautetta voi kysyä yksittäisiltä käyttäjiltä esimerkiksi *Facebookin* kautta ja lisähoukutusta vastausten saamiseen tuo leikillinen kilpailu, missä voi voittaa pieniä palkintoja.

Palautteen kerääminen asiakkailta/nuorilta on ensiarvoisen tärkeää, jotta viranomaistoimijat pystyvät kehittämään ja lisäämään laadukasta palvelua. Palautteen kerääminen tulisi ottaa osaksi normaalia työtä ja sosiaalinen media voi toimia oivana väylänä palautteen keräämiseen.

UTAUT-mallissa (Venkatesh ym. 2003, 453) käyttöodotukset ovat yhteydessä yksilön teknologian käyttöaikomuksiin. Käyttöodotus tarkoittaa käyttäjän uskoa teknologian hyödyttämiseen oman työsuorituksen edistämisessä. Kun organisaatiolle on luotu selvät pelisäännöt ja tavoitteet käyttöön internetin verkkopalveluita ja sosiaalista median käyttöön, on se selvä merkki siitä, että teknologian käyttö hyväksytään ja sen oletetaan edistävän työsuorituksia. Tämä siis edistää käyttöaikomusta ja sitä kautta itse käyttöä.

Tulosten perusteella organisaatioihin tarvitaan selkeät pelisäännöt, tavoitteet ja vastuunjako sosiaalisen median ja verkon työkalujen käyttöön. Yhtenä konkreettisen esimerkkinä on palautteen kerääminen nuorilta sosiaalisen median välityksellä. Tämän lisäksi kollegoiden ja johdon kannustava ote on suositeltavaa ja se edistää yhteisöllistä kunta- ja organisaatorajat ylittävää työviestintää.

## 5.4 Osaaminen ja asenteet

’Sosiaalinen media on koettu ”ylimääräiseksi” työksi muun työn ohella, ja kaikki eivät näe sen hyötyjä osana työtään. Kuitenkin ne jotka ovat uskaltaneet kokeilla, ovat innostuneet’ (Verkkoviestintäkartoituksen kysymyksen 37 avoin vastaus)

Tässä teema-alueessa nousi keskeisiksi tuloksiksi johdon merkitys verkkopalveluiden ja sosiaalisen median työkäytön edistämisessä. Tarvitaan täydennyskoulutusta sekä uudenlaista työkulttuuria, joka sallii kokeilemisen, leikillisyyden ja innostuneisuuden uusien työvälineiden käyttöönotossa.

Verkkopalveluista ja sosiaalisen median sovelluksista tulisi löytää ja ottaa käyttöön sopivimmat tukemaan omaa työtä sekä myös kunta- ja organisaatorajat ylittävää yhteistyötä. Johdon tuki ja kannustus nousi tuloksissa esiin monessa eri kohdassa. Se edistää verkkopalveluiden ja sosiaalisen median työkäytön juurtumista osaksi arkipäiväistä työtä ja työnkuvia. Se edistää myös sitä, että uskalletaan ottaa jotain vanhaa pois ja tehdä työtä eri tavalla. Pitäisi olla lupa kokeilla ja sitä kautta oppia ja antaa mahdollisuus päättää mitä verkkopalveluita ja/tai sosiaalisen median välineitä juuri minä haluan omassa työssäni käyttää ja miten. Tähän liittyvät myös oman työorganisaation yhteiset verkon käytön pelisäännöt sekä vastuiden selkeyttäminen. Esimiesten oma malli ja asenne aiheeseen vaikuttavat alaisten intoon ja haluun ottaa verkkopalveluita ja sosiaalista mediaa osaksi omaa työtään.

Kokeilukulttuuri kannustaa ja rohkaisee työntekijöitä ennakkoluulottomiin kokeiluihin ja sitä kautta löytämään omat tavat hyödyntää verkkopalveluiden ja sosiaalisen median tuomia mahdollisuuksia oman työn tukena. Kokeilukulttuurista esimerkkinä *Twitterin* käyttö tämän tutkielman teon tukena. Sitä käytettiin muistikirjana tallentamalla vuosien varrella ilmestyneet aiheeseen liittyvät viestit, jolloin niihin oli helppo palata aina tarvittaessa. Muutaman kerran *Twitterin* avulla kysyttiin ja löydettiin lähdeteoksia sekä löydettiin uusia ilmiöitä, joita on käsitelty tässä tutkielmassa (kuvio 31). *Twitterin* keskustelut eri tahojen kanssa edistivät asian pohdinnassa ja toimi työvälineenä teemojen sisäistämisessä.



Kuvio 31. Esimerkki Twitterin käytöstä oman työn tukena eli tutkielman teemojen työstämisessä

Iduista kasvaa oivalluksia oman myönteisen kokemuksen kautta. Toimivat, nykyaikaiset ja ajantasaiset laitteet innostavat kokeilemaan uutta tietoteknistä sovellusta, joita tulee jatkuvasti lisää eri alueilta. Usein tarvitaan positiivinen kokemus vapaa-ajan internetin ja sosiaalisen median hyödyntämisestä ensin ja sen jälkeen on helpompi siirtyä niiden työkäyttöön.

Internetin verkkopalveluiden sekä sosiaalisen median työkäytön haasteena on epävarmuus ja pelko niiden käyttämiseen sekä se, että ne eivät ole vielä juurtuneet osaksi normaalia arkista työskentelykulttuuria. Toimivia ja nykyaikaisia laitteita ei aina ole saatavilla eikä johtokaan välttämättä tue ja kannusta niiden käyttöön.

Aineistosta kävi ilmi, että lähes 80 % kartoituskyselyyn vastanneista käytti internetin verkkopalveluita ja sosiaalista mediaa työkäytössä. Tulosten perusteella noin puolet vastaajista koki osaavansa sosiaalisen median käytön melko hyvin. Iso osa kokee kuitenkin tarvitsevänsä lisäkoulutusta ja tukea sosiaalisen median eri kanavien käyttöön. Kuitenkin lähes puolet vastaajista koki taitonsa heikoksi. Säännöllinen täydennyskoulutus verkkopalveluiden ja sosiaalisen median sovelluksien käytöstä on siis erittäin tärkeää ja tarpeellista. Jos osaat ja tiedät, niin myös asenne on realistinen ja tiedät asian mahdollisuudet ja haasteet. Se näkyy tämän verkkoviestintäkartoituksen tuloksissa sekä useissa muissa eri tutkimuksissa ja selvityksissä. (mm. Bandura 1982 ja Sydänmaalakka 2002.)

Bandura (1982, 125) nosti esiin myönteiset kokemukset ja siihen liittyen mahdollisuus päästä itse kokeilemaan ja tekemään turvallisessa seurassa. Tämä sama seikka nousi esiin verkkoviestintäkartoituksen tuloksissa. Säännöllistä koulutusta ja opastusta uusimpien sosiaalisen median välineiden ja

verkon työkalujen käyttöön toivotaan. Sen lisäksi tarvitaan positiivista asennetta omalta työympäristöltä ja asian hyväksymistä osaksi normaalia työnkuvaa. Käytännössä tämä on mahdollista siten, että muutetaan tapaa tehdä työtä. Esimerkkinä tästä paperisten mainoslehtisten ja ilmoittautumislomakkeiden muuttaminen sähköisiksi ja sosiaalisessa mediassa linkitettäviksi. Pienissä kunnissa usein ammattialaa edustaa vain yksi henkilö. Hän voi sosiaalisen median avulla rakentaa itselleen laajankin kollegatukiryhmän, jossa fyysisellä sijainnilla ei ole merkitystä. *Facebookssa* toimii useita alan ammattilaisryhmiä ja *Twitterin* kautta voi seurata useita alan asiantuntijoita, jotka livertävät hyödyllisiä alan linkkejä ja tiedottavat tapahtumista. Tämän opinnäytetyön lähteistä osa on löytynyt *Twitterin* kautta, minne suosikkeihin on vuosien varrella kertynyt kymmenien uusimpien tutkimusten ja selvitysten linkkipankki. Hakkaraisen (2006, 17) innovatiiviset tietoyhteisöt tukevat tätä käsitystä tiedon jakamisesta ja hyödyntämisestä yksilön asiantuntijuuden kehittämiseen.

## 5.5 Sosiaalisen median hyödyt ja haasteet

Tulosten perusteella asenne ja mielikuva sosiaalisen median hyödyistä ovat olemassa ja se todella hyödyttää työviestintää sekä organisaation sisällä että sidosryhmien kanssa. Johdonmukaisella opastuksella ja koulutuksella on mahdollista valita parhaimmat sosiaalisen median palvelut ja verkon työkalut juuri omaan käyttöön. Ohjeistuksella ja ottamalla ne osaksi normaalia arkityötä ajanpuutetta voi helpottaa ja arvostus niiden hyödyntämiseen kasvaa. Tietoturvan hallintaa voi myös oppia, kun tunnistaa mitä se on ja miten sosiaalista mediaa voi turvallisesti käyttää. Organisaatioissa voisi olla yksi innostunut sosiaalisen median ja verkon lähettiläs, jonka työnkuvaan 'some vierihoito' on sisällytetty. Hänen kanssaan voisi pohtia ja kokeilla eri työkaluja ja ottaa niistä käyttöön sopivimmat.

Verkkoviestintäkartoituksen tulosten perusteella verkkopalvelut sekä sosiaalisen median ohjelmistot tuovat sekä hyvää että haasteita työviestintään. Parhaimmillaan ne hyödyttävät sekä tehostavat työviestintää. Ne voivat edistää eri tahojen välistä yhteistyötä ja tietojen vaihtoa. Niiden käyttö on nopeaa, mahdollistaa vuorovaikutuksen sekä organisaation saavutettavuus paranee. Haasteena ovat useat ja nopeasti muuttuvat verkkopalvelut ja sosiaalisen median ohjelmistot. Niiden käytön osalta koetaan ajanpuutetta sekä niiden käyttöä ei ole aina hyväksytty osaksi normaalia työtä. Myös tietoturvaan liittyvät asiat mietityttävät vastaajia.

Verkkoviestintäkartoitukseen vastanneet toivovat selkeitä pelisääntöjä ja vastuunjakoa verkkopalveluiden ja sosiaalisen median ohjelmistojen käyttöön. Kollegoiden ja johdon kannustusta sekä säännöllistä koulutusta ja ohjausta asiaan kaivataan. Asia tulisi olla selkeästi sallittua ja osa normaalia



päivittäisiä työtehtäviä. Asiakkaiden ja sidosryhmiltä saatu palaute auttaa niiden käytöstä sekä löytämään uusia tapoja verkkopalveluiden ja sosiaalisen median hyödyntämiseen työviestinnässä. Kyselyn mukaan sosiaalinen media oli vaikuttanut enemmän positiivisesti kuin negatiivisesti yhteistyöhön, verkostoitumiseen ja tietoisuuden lisääntymiseen muiden saman alan toimijoiden kesken. Tässä tuloksessa näkyy lievää epäröintiä vielä asian suhteen. Voi olla, että toimijat ovat vielä yksisuuntaisen viestinnän asteella eli enemmän seurataan, haetaan tietoa ja 'lurkitaan' sosiaalisessa mediassa, kuin aktiivisesti vuorovaikutetaan esimerkiksi keskustelun avulla.

## **5.6 Arvio tutkimusprosessin luotettavuudesta, vahvuuksista ja heikkouksista**

Tutkimusaineisto hankittiin lähettämällä linkki sähköiseen kyselyyn rajatun alueen (Pirkanmaa) tietylle ammattiryhmälle (nuorisotakuutoimijat). Sähköpostitse linkki lähetettiin 250 toimijalle, joista 73 vastasi. Kato oli melko suuri ja todennäköisesti ne toimijat vastasivat kyselyyn, joilla oli positiivinen suhtautuminen Internetin ja sosiaalisen median käyttöön. Tämä vaikuttanee tuloksiin siten, että niissä on positiivisempi sävy kuin mitä todellisuus oikeasti on.

Sähköpostin lisäksi linkki verkkoviestintäkartoitukseen oli avoimilla verkkosivuilla, joten todennäköisesti siihen olisi ollut vielä useammallakin mahdollisuus vastata.

Tämän tutkimuksen tekijä oli itse töissä toisessa tutkimuksessa mukana olevassa projektissa (Seutunuotta), mikä saattoi myös vaikuttaa vastaajien vastauksiin. Tutkija ja osa vastaajista tunsivat toisensa ja projektien tavoitteet olivat suurimmalle osalle vastaajista tuttuja. Kyselylomakkeen ohjetekstissä painotettiin, että vastaajia ei voi tunnistaa vastauksista eikä sen takia kysytty vastaajaan tarkkaa organisaatiotietoa.

Sähköisen kyselylomakkeen kysymyksiä pohdittiin ja työstettiin huolellisesti. Se osoittautui yllättävän haastavaksi, koska alue on niin laaja ja terminologia ei aina vakiintunutta. Pyrimme tekemään kysymykset siten, että niitä ei tarvitsisi tulkita, vaan ne yksiselitteisesti kysyy yhtä asiaa. Jos nyt tekisi saman kyselyn, niin siitä voisi jättää useita kysymyksiä pois ja keskittyä vain yhteen teema-alueeseen. Nyt aineistoa kertyi runsaasti ja sen käsitteleminen ja analysointi vei paljon aikaa ja vähempikin olisi riittänyt.

Tutkimusaineiston kerättiin e-Lomake -ohjelmistolla, mistä se vietiin Exceliin. Tulokset esitetään pääasiallisesti taulukoina ja kuvioina. Avoimia vastauksia ei käsitelty, mutta muutamaa niitä käytetään suorana lainauksena tutkimuksen pohdinta-luvussa.

Tämän tutkimuksen tutkimusaineisto on melko pieni ja se on kerätty rajatulta alueelta valikoidulta ryhmältä. Joten tämän tutkimuksen tulokset eivät ole yleistettäviä. Tutkimustehtävänä oli selvittää juuri tämän alueen ja tietyn ammattiryhmän verkon ja sosiaalisen median käyttöä sekä niiden käyttöön liittyviä edistäviä ja estäviä tekijöitä. Tutkimus itsessään on toistettavissa, mutta tutkimustulokset olisivat todennäköisesti erilaisia jo ajankulumisen johdosta. Jos samaa kyselylomaketta käytettäisiin eri ammattiryhmällä ja eri ajankohtana, niin tulokset todennäköisesti poikkeaisivat hyvinkin merkittävästi tämän tutkimuksen tuloksista.

## 5.7 Jatkotutkimusaiheet

Tulevissa aiheeseen liittyvissä tutkimuksissa voisi selvittää verkkopalveluiden ja sosiaalisen median sovelluksien tuomia merkityksiä yksittäiselle työntekijälle. Mitä hyötyä niistä on ja vaikuttaako niiden käyttö esimerkiksi urakehitykseen? Avoimella jakamisella ja aktiivisella mukana ololla esimerkiksi *Twitter*issä voi olla vaikutusta henkilön tunnettavuuteen oman alan verkostoissa. *Twitter*in avulla on mahdollista avoimesti kertoa omista kiinnostuksenkohteista ja halusta verkostoitua oman alan ammattilaisten kanssa ja *-näkyä-* oman alan piireissä.

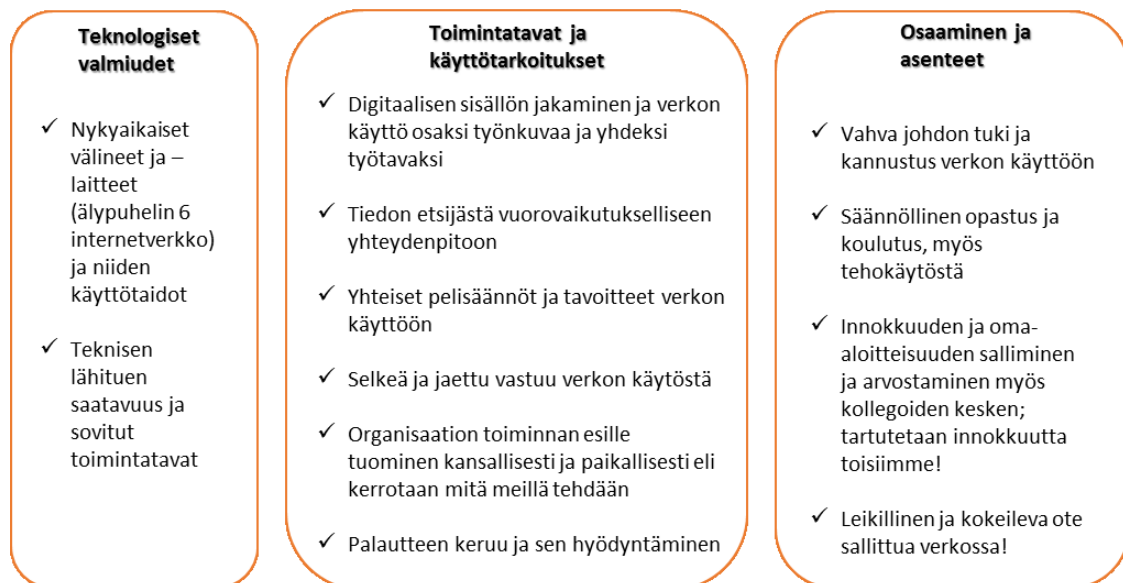
Toinen jatkotutkimusaihe on johdon asenteet ja kannustus. Kannustus ei sinänsä maksa organisaatiolle mitään, mutta vaatii oikeanlaisen tavan ja yksittäisen johtajan oman asenteen tarkastelua aihetta kohtaan. Kuinka paljon johtajan tulee itse ymmärtää ja tietää asiasta, jotta voi kannustaa alaistaan Internetin ja sosiaalisen median hyödyntämiseen omassa työssään?

Kolmantena jatkotutkimusaiheena nostan esiin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median käyttöönottoon liittyvät asiat. Niitä olisi mielenkiintoista tutkia esimerkiksi alla olevien yleisten ennakkoluulojen näkökulmasta. Yleisimpiä väitteitä ovat:

- Ei ole aikaa.
- Kuka pystyy/jaksaa/ehdii oman työn ohessa sitä (päivityksiä) tekemään?
- Organisaatio ei salli avointa 'vapaamuotoista' somettelua'. Pitää olla viralliset lausunnot ja nimetyt virkamiehet, jotka saavat kommentoida ja viestiä sosiaalisessa mediassa.
- Emme halua olla mukana sosiaalisen median vaatimalla avoimuuden alueella, koska emme halua negatiivista palautetta tai kommentointia julkisesti.

## 6 LOPPUPÄÄTELMÄT

Verkkoviestintäkartoituksen tulokset ja niihin liittyvä pohdinta tiivistettiin onnistuneen verkkoläsnäolon malliksi (kuvio 32). Sitä voi hyödyntää nuorisotakuutoimijoiden lisäksi mikä tahansa organisaatio internetin verkkopalveluiden ja sosiaalisen median työkäytön edistämisessä.



Kuvio 32. Onnistuneen verkkoläsnäolon malli

Onnistuneessa työkäytön verkkoläsnäolossa on kolme osa-aluetta. Teknologisiin valmiuksiin liittyvät nykyaikaiset välineet, laitteet sekä niiden käyttötaidot. Teknisen lähituen saatavuus sekä heidän kanssa sovitut toimintatavat edistävät Internetin ja sosiaalisen median sovelluksien työkäyttöä.

Toimintatapoihin ja käyttötarkoituksiin liittyy useita seikkoja. Digitaalisen sisällön ja verkon käyttö tulisi hyväksyä osaksi normaalia työtä ja sen tunnustaminen tehokkaaksi työtavaksi. Tiedon etsiminen on verkon välityksellä jo melko yleistä, mutta sitä voisi kehittää eteenpäin vuorovaikutukselliseen yhteydenpitoon yhteistyökumppaneiden ja asiakkaiden kanssa. Organisaation tulisi huolehtia verkon käytön yhteisistä tavoitteista, pelisäännöistä sekä vastuunjaosta. Verkon työkäyttö tulisi nähdä mahdollisuutena kertoa ja mainostaa oman organisaation toimintaa sekä tapahtumia ja siten tietoisesti muokata organisaation julkisuuskuvaa. Organisaation toiminnasta sekä verkon käytöstä voisi kerätä palautetta sosiaalisen median avulla ja siten kehittää organisaation toimintaa. Erityisesti nuorten kanssa toimivien tulisi tämä huomioida. Nuoret ovat sosiaalisen median ja verkon tehokäyttäjiä -

kutsuvatko nuoret mukaan vai pakenevatko 'virallisia organisaatioita' sosiaalisen median eri kanavissa?

Osaamisen ja asenteiden osalta nousee esiin neljä eri asiaa. Vahva johdon tuki ja kannustus verkon ja sosiaalisen median työkäytölle on hyvin tärkeä seikka, joka tuli esiin verkkoviestintäkartoituksen monessa eri kohdassa. Kannustus koskee myös kollegoja, jotka parhaimmillaan voivat levittää myös innokkuutta ja kokeilunhalua toisiinsa. Tähän liittyy myös kokeilukulttuurin levittäminen ja lupa onnistua ja epäonnistua. Leikillinen asenne sisältää tahdon ja uskalluksen kokeilla kevyellä otteella ja 'pilke silmäkulmassa' uusia sovelluksia. Vapaamuotoinen leikittely sovelluksilla ja verkossa sekä niiden käyttötarkoitusten pohtiminen edistää niiden työkäyttöä. Voi aloittaa pienestä asiasta ja kokeilla sitä eri sovelluksilla ja sitten mahdollista löytää sen itselleen sopivimman sovelluksen ja tavan toimia.

Tietotekniikkataidot ovat tulleet jokaiselle ammattialalle jäädäkseen. Niiden omaksumista ja hyödyntämisen taitoja tarvitaan alakohtaisen osaamisen lisäksi. Parhaimmillaan internetin verkkopalvelut ja sosiaalisen median sovellukset toimivat työkäytössä tehokkaana renkinä, mutta ihmisaivot isäntänä.

## Lähteet

- Aalto, T. 2012. Kuinka olla avoin? Työelämän uudet viestintätaidot. Helsinki. Finn Lectura.
- Bandura, A. 1982. Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist* 37 (2), 122-147.
- Billett, S. 2011. Learning in the workplace. Strategies for effective practice. Crows Nest, New South Wales. Allen & Unwin. Australia.
- Davis F. D. 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* 13, 319–339.
- Engeström, Y., Engeström, R., & Vähäaho, T. 1999. When the center does not hold: The importance of knotworking. *Activity theory and social practice: Cultural-historical approaches*, 345-374
- Euroopan unioni. 2013 / Seutunuotta. Euroopan sosiaalirahaston (ESR) rahoittaman projektin kuvaus. Luettu 1.3.2015.  
Saatavilla: <https://www.eura2007.fi/rrtiepa/projekti.php?projektikoodi=S12336>
- Euroopan unioni. 2013 / Takuulla Tekemistä! Euroopan sosiaalirahaston (ESR) rahoittaman projektin kuvaus. Luettu 26.2.2015.  
Saatavilla: <https://www.eura2007.fi/rrtiepa/projekti.php?projektikoodi=S12341>
- Hakkarainen, K. 2006. Kollektiivinen älykkyys. Luettu 31.1.2015.  
Saatavilla: <http://www.tml.tkk.fi/Opinnot/T-110.556/2004/Materiaali/kollektiivinenalykkyys.pdf>
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki. Tammi.
- Huhta, Väänänen & Smeds, 2011. Koulujen ja yritysten verkostoyhteistyö. Teoksessa M. Kankaanranta (toim.) Opetusteknologia koulun arjessa. Jyväskylän yliopiston julkaisuja. Jyväskylän yliopistopaino. 223-238. Luettu 20.3.2015.  
Saatavilla: [http://ktl.jyu.fi/img/portal/19717/D094\\_netti.pdf](http://ktl.jyu.fi/img/portal/19717/D094_netti.pdf)
- Huttunen, T. 2014. Mitä on verkkonuorisotyö? Julkaisussa Verkko nuorisotyössä. Nuorisotyö verkossa. Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus (Verke) julkaisuja. 15-19. Luettu 15.4.2015.  
Saatavilla: [http://www.verke.org/images/pdf/Verkko\\_nuorisotyossa.pdf](http://www.verke.org/images/pdf/Verkko_nuorisotyossa.pdf)
- Hyry, S. 2013. Internetin käyttö kunnallisessa nuorisotyössä –loppuraportti. Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus (Verke) julkaisuja. Luettu 23.3.2014.  
Saatavilla: [https://docs.google.com/file/d/0B7LSQu0Vv3\\_UTGxqTIBWVVG5Rzg/edit](https://docs.google.com/file/d/0B7LSQu0Vv3_UTGxqTIBWVVG5Rzg/edit)
- Hyödyt some-palveluista ja käytöstä JY:n henkilöstölle. 2010. Jyväskylän Yliopisto. Luettu 19.11.2015. <https://webapps.jyu.fi/wiki/pages/viewpage.action?pageId=11208435>
- Internetin käyttö kunnallisessa nuorisotyössä 2015. Internet ei ole mörkö vaan mahdollisuus. Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus (Verke) julkaisuja. Luettu 3.10.2015.  
Saatavilla: <http://www.verke.org/images/pdf/Kuntakysely2015>

- Jeyaraj, A., Rottman, J. W. & Lacity, M. C. 2006. A review of the predictors, linkages, and biases in IT innovation adaptation research. *Journal of Information Technology* 21 (1), 1-23.
- Julkishallinnon verkkopalvelut 2010. Valtiovarainministeriö.  
Seurantatutkimusraportti. Luettu 20.4.2014.  
Saatavilla: [http://www.vm.fi/vm/fi/04\\_julkaisut\\_ja\\_asiakirjat/03\\_muut\\_asiakirjat/Verkkopalvelut\\_2010\\_FINAL\\_291110.pdf](http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/03_muut_asiakirjat/Verkkopalvelut_2010_FINAL_291110.pdf)
- Kaplan, A. & Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53(1), 518-539.
- Kiilakoski, T. 2012. Kasvatus teknologisessa maailmassa.  
Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 132. Unigrafia: Helsinki.
- Kiilakoski, T. 2014. Miten kohdata teknologinen maailman nuorisotyössä.  
Julkaisussa Verkko nuorisotyössä. Nuorisotyö verkossa.  
Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus (Verke) julkaisuja. 41-43.  
Saatavilla: [http://www.verke.org/images/pdf/Verkko\\_nuorisotyossa.pdf](http://www.verke.org/images/pdf/Verkko_nuorisotyossa.pdf)
- Kopra, S. & Ojanen, S. 2015 Viestimisen uusi aikakausi – sosiaalisen median kanavat käyttöön: Verkkoviestintäkartoituskysely Pirkanmaan nuorisotakuutoimijoille.  
Tampereen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.  
Saatavilla: <https://www.theseus.fi/handle/10024/91884>
- Korpelainen, E. 2011. Information and Communication Technology Adoption at Work: Employees' Experiences of Adoption and Learning. Aalto yliopisto. Väitöskirja.  
Saatavilla: <http://lib.tkk.fi/Diss/2011/isbn9789526043869/>
- Kotilainen, S. 2007. Mediakulttuuri nuorisotyössä. Teoksessa Tommi Hoikkala & Anna Sell (toim.) Nuorisotyötä on tehtävä: menetelmien perustat, rajat ja mahdollisuudet.  
Nuorisotutkimusverkosto / Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 76, 139-154.
- Kuntaliitto 2014. Kuntien verkkoviestintä ja sosiaalisen median käyttö -kysely 2014.  
Luettu: 08.04.2014.  
Saatavilla: <http://www.kunnat.net/fi/Kuntaliitto/media/tiedotteet/2015/06/verkkosoma/Kuntien%20verkkoviestint%C3%A4n%20ja%20sosiaalisen%20median%20k%C3%A4ytt%C3%B6%20kysely%202015.pdf>
- Kuntien verkkoviestintäohje. 2010. Suomen kuntaliiton julkaisuja. Helsinki: Hakapaino Oy.
- Kroes, N. 2013. Speech in ICT and Women – Brussels, 25.4.2013. Saatavilla: [http://commentneelie.eu/speech.php?sp=SPEECH/13/366&fb\\_action\\_ids=10151566409008648&fb\\_action\\_types=og.likes&fb\\_source=hovercard](http://commentneelie.eu/speech.php?sp=SPEECH/13/366&fb_action_ids=10151566409008648&fb_action_types=og.likes&fb_source=hovercard)
- Laaksonen, S-M., Matikainen, J. & Tikka, M. (toim.) 2013. Otteita verkosta.  
Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Jyväskylä. Bookwell.
- Lammi, O. 2013. Opi ja työskentele verkossa. Tätinörtti opastaa. Jyväskylä: Docendo.
- Lauha, H. 2014. Internet kuntien ja järjestöjen nuorisotyössä.  
Julkaisussa Verkko nuorisotyössä. Nuorisotyö verkossa.  
Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus (Verke) julkaisuja. 20-26.  
Saatavilla: [http://www.verke.org/images/pdf/Verkko\\_nuorisotyossa.pdf](http://www.verke.org/images/pdf/Verkko_nuorisotyossa.pdf)
- Lietsala, K. & Sirkkunen, E. 2008. Social media. Introduction to the tools and processes of participatory economy. Hypermedialaboratorion verkkojulkaisuja 17.  
Saatavilla: <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-7320-3>

- Marjeta, A-L. 2011. Kohtaamisen keinoja kehittämässä. Kuvauksia ja kokemuksia moniammatillisesta nuorille suunnatusta verkkotyöstä. Verken julkaisuja. Helsinki.
- Matikainen, J. 2009. Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla. Helsingin yliopiston viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 3. Luettu 10.5.2014. Saatavilla: [http://www.helsinki.fi/crc/Julkaisut/sosiaalisen\\_ja\\_perinteisen\\_median\\_rajalla\\_raportti.pdf](http://www.helsinki.fi/crc/Julkaisut/sosiaalisen_ja_perinteisen_median_rajalla_raportti.pdf)
- Nasr, N. & Puumalainen, T. 2011. Nuoret Internetissä: kohderyhmäanalyysi Netari.fi-hankkeelle. Opinnäytetyö. Diakonia-ammattikorkeakoulu. Helsinki.
- NMC Horizon project preview 2012. The NMC (New Media Consortium) is an international community of experts in educational technology. Luettu 3.4.2015. Saatavilla: <http://www.nmc.org/pdf/2012-horizon-report-K12.pdf>
- NMC Horizon project preview 2013. The NMC (New Media Consortium) is an international community of experts in educational technology. Luettu 5.4.2014. Saatavilla: <http://www.nmc.org/pdf/2013-horizon-k12-preview.pdf>
- Nuorten yhteiskuntatakuun työryhmän -raportti. TEM raportteja 8/2013. Luettu 5.6.2015. Saatavilla: <http://www.tem.fi/Yhteiskuntatakuu>
- Pasanen, H. 2010. 'Mut eihän nörtit dokaa!' Verkko ja pelaaminen nuorten ehkäisevässä päihdetyössä. Teoksessa Kylmäkoski M., Pytkänen S. & Viitanen R. (toim.). Yhteisöllisiä näkökulmia nuorten ehkäisevään päihdetyöhön. HUMAK. Helsinki.
- Pehkonen, M, Lietsala, K. & Franssila, H. 2008. Sosiaalinen vai epäsosiaalinen media? Tuovi 5. Interaktiivinen tekniikka koulutuksessa 2007-konferenssin tutkijatapaamisen artikkelit. Hypermedialaboratorion verkkojulkaisuja 15. Luettu 16.6.2015. Saatavilla: <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65650/978-951-44-7202-2.pdf?sequence=1>
- Perehdytysopas monialaiseen verkkotyöhön. 2014. Toim. Kaivosoja, A. Seppälä, M., Pulkkinen, T. & Pasanen, K. Move-Monialainen verkkonuorisotyöhanke. Saatavilla: <http://bit.ly/1iJEr2l>
- Puuronen, A. 2014 Etsivän katse. Etsivä nuorisotyö ammattina ja ammattialan kehittäminen – näkökulmia käytännön työstä. Luettu 15.4.2014, Saatavilla: [http://www.nuorisotutkimusseura.fi/julkaisuja/etsivan\\_katse.pdf](http://www.nuorisotutkimusseura.fi/julkaisuja/etsivan_katse.pdf)
- Pönkä, H. & Impiö, N. 2009. Sosiaalinen media yhteisöllisen tiedonrakentelun ja opetuksen avoimuuden mahdollistajana. Luettu 3.8.2015. Saatavilla: <https://develope.wordpress.com/>
- Pönkä, H. 2014. Sosiaalisen median käsikirja. Jyväskylä: Docendo.
- Sanastokeskus TSK:n sosiaalisen median sanasto. 2010. Luettu 5.5.2015. Saatavilla: [http://www.tsk.fi/tsk/fi/sosiaalisen\\_median\\_sanasto\\_tsk\\_40-513.html](http://www.tsk.fi/tsk/fi/sosiaalisen_median_sanasto_tsk_40-513.html)
- Scardamalia, M., Bransford, J., Kozma, B. & Quellmalz, E. 2012. Draft white paper 4. New assessments and environments for knowledge building. Luettu 2.5.2014. Saatavilla: <http://atc21s.org/wp-content/uploads/2011/11/4-Environments.pdf>

- Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö.  
Tilastokeskus. Luettu 9.2.2015.  
Saatavilla: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi\\_2014\\_2014-11-06\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_tie_001_fi.html)
- Suominen, J. 2009. Johdannoksi: netin kulttuurihistoriaa. Teoksessa P. Saarikoski, J. Suominen, R. Turtiainen & S. Östman (toim.) Funetista Facebookiin: Internetin kulttuurihistoria.  
Helsinki: Gaudeamus.
- Sydänmaalakka, P. 2002. Älykäs organisaatio. Kauppakaari: Helsinki.
- Tieto- ja viestintätekniikka koulun arjessa. 2009.  
Arjen tietoyhteiskunnan neuvottelukunta. Väliraportti. Luettu 22.4.2014  
Saatavilla: <https://wiki.helsinki.fi/download/attachments/35241728/TVTvaliraporttiFinal290110b.pdf>
- Toivanen, M & Janhonen, M. 2014. Työsuojelupaneeli IV.  
Etätyö ja sosiaalisen median käyttö työpaikoilla. Luettu 17.6.2015.  
Saatavilla: [http://www.ttl.fi/partner/tyosuojelupaneeli/Asiakirjat/IV\\_TS-paneeli\\_tuloskooste.pdf](http://www.ttl.fi/partner/tyosuojelupaneeli/Asiakirjat/IV_TS-paneeli_tuloskooste.pdf)
- Tossavainen, T. 2008. Internet lasten ja nuorten elämässä. Selvitys pääkaupunkiseudun 10-18-vuotiaiden lasten ja nuorten elämästä Internetissä. Luettu 12.5.2014.  
Saatavilla: <http://www.ehkapa.fi/toinenelama/images/raportti.pdf>
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2006. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus.
- Työolobarometri 2014. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 49/2015. Luettu 18.6.2015.  
Saatavilla: [http://www.tem.fi/files/43525/TEMjul\\_49\\_2015\\_web\\_18082015.pdf](http://www.tem.fi/files/43525/TEMjul_49_2015_web_18082015.pdf)
- Vehviläinen, J. & Koramo, M. 2013. Ammatillisen koulutuksen läpäisyn tehostamisohjelma vuosina 2011-2013. Opetushallitus. Raportit ja selvitykset 2013:5. Tampere.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B. & Davis, F.D. 2003. User Acceptance on Information Technology: Toward a Unified view. MIS Quarterly. 27(3), 425 –478.
- Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.



## **Liite 1 Verkkoviestintäkartoitus**

### **Kartoitus verkkoviestinnän ja sosiaalisen median hyödyntämisestä**

Tämä kysely liittyy kahteen hankkeeseen: Takuulla Tekemistä! ja Seutunuotta.

Kyselyssä kerätään tietoja verkkoviestinnän ja sosiaalisen median hyödyntämisestä omassa työssä.

Kyselyn teemat liittyvät toimijoiden valmiuksiin hyödyntää verkkoviestinnän työkaluja ja sosiaalista mediaa työviestinnässä ja organisaatio- ja kuntarajat ylittävän yhteistyön tekemisessä.

Kyselyn kohderyhminä ovat Pirkanmaan nuorisotakuutoimijat.

Kartoituksen toteuttavat Satu Kopra ja Sanna Ojanen Tampereen ammattikorkeakoulun liiketalouden yksiköstä. Kyselyn tuloksia käytetään heidän opinnäytetyössään (Tamk) ja Seutunuotan koordinaattorin informaatiotieteiden Pro gradussa (Tampereen yliopisto). Takuulla Tekemistä! ja Seutunuotta -hankkeet hyödyntävät kyselyn johtopäätöksiä projektien loppuraporteissaan.

Vastaaminen kestää n. 5 minuuttia. Yksittäisiä vastaajia ei voi tuloksista tunnistaa. Toivomme teidän vastaavan kyselyyn 12.12.2014 mennessä.

Kyselyn tulokset julkaistaan Takuulla tekemistä!- ja Seutunuotta-projektien verkkosivuilla vuoden 2015 alussa.

[www.tyollisyysportti.fi/seutunuotta](http://www.tyollisyysportti.fi/seutunuotta) [www.takuullatekemista.blogspot.fi](http://www.takuullatekemista.blogspot.fi)

<https://www.youtube.com/user/TakuullaTekemista/>

## A. Taustatiedot

Nainen    Mies

1. Sukupuoli    ☐    ☐

alle 25   25 - 34   35 - 44   45 - 54   55 tai yli

2. Ikä    ☐    ☐    ☐    ☐    ☐

alle 1    1 - 3    4 - 9    10 - 15    yli 16  
vuotta    vuotta    vuotta    vuotta    vuotta

3. Kauanko olet työskennellyt nykyisessä  
tehtävässä?    ☐    ☐    ☐    ☐    ☐

4. Viimeisin tutkintosi

☐ Ylempi korkeakoulututkinto

☐ Alempi korkeakoulututkinto

☐ Ammattikorkeakoulu

☐ Opistotaso

☐ Ammattiopisto

☐ Ylioppilas

☐ Lukio

☐ Peruskoulu

☐ Kansakoulu

☐ Jokin muu

Kyllä Ei

5. Onko sinulla alaisia? ☐ ☐

6. Toimenkuva organisaatiossa?

☐ Esimies

☐ Asiantuntija

☐ Toimihenkilö

☐ Joku muu

7. Jos vastasit edelliseen kysymykseen joku muu, kirjoita tehtäväkuva alla olevaan tilaan.

## B. Teknologiset valmiudet

Kyllä Ei En osaa  
sanoa

8. Toimivatko työkäytössäsi olevat laitteet ja ohjelmistot hyvin kokonaisuutena? ☐ ☐ ☐
9. Onko työpaikallasi järjestetty tekninen lähituki? ☐ ☐ ☐
10. Saatko työssäsi riittävästi ja riittävän nopeasti teknistä tukea verkon ja yleensäkin tietokoneen käyttöön? ☐ ☐ ☐
11. Onko työpaikallasi käytössä langaton verkko? ☐ ☐ ☐
12. Onko työkäytössäsi kannettava tietokone? ☐ ☐ ☐
13. Onko työkäytössäsi mobiililaitte, älypuhelin tai/ja tabletti? ☐ ☐ ☐
14. Onko henkilökohtaisessa käytössäsi mobiililaitte, älypuhelin tai/ja tabletti? ☐ ☐ ☐
- 

### C. Toimintatavat ja käyttötarkoitukset

- |   | Kyllä                 | En                    | En osaa sanoa         |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 15. Hyödynnätkö sosiaalista mediaa osana työtäsi?   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 16. Hyödynnätkö sosiaalista mediaa (esim. Facebook, Twitter, Youtube jne.) viestiessäsi kollegoiden ja eri sidosryhmien kanssa? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 17. Hyödynnätkö sosiaalista mediaa vapaa-aikana?  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Päivittäin	Viikottain	Harvemmin	En koskaan
------------	------------	-----------	------------

18. Kuinka usein käytät sosiaalista mediaa työtehtävien hoitamiseen? ☐ ☐ ☐ ☐

19. Kuinka usein käytät sosiaalista mediaa vapaa-aikana? ☐ ☐ ☐ ☐

20. Mitä sosiaalisen median ja verkkoviestinnän kanavia käytät työssäsi?

☐ Facebook

☐ Twitter

☐ Blogit

☐ Youtube

☐ Google+

☐ Instagram

☐ AC (Adobe connect)

☐ Skype

☐ Lync

☐ Viber

☐ WhatsApp

☐ LinkedIn

☐ Ask.fm

☐ Joku muu

☐ En käytä

**21.** Mitä sosiaalisen median ja verkkoviestinnän kanavia käytät vapaa-aikanasi?

☐ Facebook

☐ Twitter

☐ Blogit

☐ Youtube

☐ Google+

☐ Instagram

☐ AC (Adobe connect)

☐ Skype

☐ Lync

☐ Viber

☐ WhatsApp

☐ Lindekin

☐ Ask.fm

☐ Joku muu

☐ En käytä

**22.** Mihin käytät työssäsi sosiaalisen median eri kanavia?

☐ Viestintään asiakkaiden/nuorten kanssa

☐ Organisaation sisäiseen viestintään

☐ Viestintään eri nuorisotakuutoimijoiden kanssa

☐ Viestintään muiden sidosryhmien ja verkostojen kanssa

☐ Nuorten/asiakkaiden viereystilan/aktiviteettitason seurantaan

☐ Ulkoiseen tiedottamiseen, markkinointiin ja viestintään

☐ Tiedon etsimiseen

☐ Etsin hyviä käytäntöjä ja toimintamalleja, joita voin hyödyntää omassa työssäni

☐ En käytä sosiaalista mediaa työssäni

☐ Johonkin muuhun (kirjoita alla olevaan selitekenttään mihin)

**23.** Mikäli vastasit edelliseen kysymykseen (22) johonkin muuhun, kirjoita selitekenttään mihin käytät sosiaalista mediaa työssäsi

**24.** Onko toiminnastanne julkaistu blogitekstejä ja/tai videoita [www.takuullatekemista.blogspot.fi](http://www.takuullatekemista.blogspot.fi) blogialustalla ja/tai Youtubessa?

Kyllä Ei En osaa sanoa

☐ ☐ ☐

**25.** Mikäli toiminnastanne on julkaistu blogitekstejä ja/tai videoita [www.takuullatekemista.blogspot.fi](http://www.takuullatekemista.blogspot.fi) blogialustalla ja/tai Youtubessa, oletteko linkittäneet niitä [www.nuorillepaikkoja.fi](http://www.nuorillepaikkoja.fi) verkkosivulle?

Kyllä Ei En osaa sanoa

☐ ☐ ☐

**26.** Oletteko jakaneet toiminnastanne julkaistuja blogitekstejä ja/tai videoita omissa somepalveluis-  
sanne ja/tai verkostoissanne?

Kyllä Ei En osaa sanoa

☐ ☐ ☐

**27.** Jos organisaatiosi on mukana [www.nuorillepaikkoja.fi](http://www.nuorillepaikkoja.fi) -kartalla, onko se tuonut lisää näkyvyyttä organisaatiollesi?

Kyllä Ei En osaa sanoa Organisaationi ei ole kartalla

☐ ☐ ☐ ☐

**28.** Jos olet käyttänyt videoneuvottelua työssäsi, onko se tehostanut neuvottelukäytäntöjä joustavam-  
maksi esimerkiksi ajankäytön suhteen?



Kyllä Ei En osaa sanoa En ole käyttänyt videoneuvottelua

☐ ☐ ☐ ☐

29. Kommentteja ja havaintoja verkkoviestinnän toimintatavoista ja käytöstä sosiaalisessa mediassa organisaatiossanne

#### D. Osaaminen ja asenteet

	Todella hyvin	Melko hyvin	Heikosti	En osaa	En tiedä
30. Osaatko hyödyntää sosiaalisen median eri kanavia työssäsi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31. Osaatko hyödyntää sosiaalisen median eri kanavia vapaa-aikanasi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Kyllä	En	En osaa sanoa
32. Haluaisitko hyödyntää työssäsi sosiaalista mediaa, mutta et osaa, ehdi tai saa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
33. Haluaisitko hyödyntää vapaa-aikanasi sosiaalista mediaa, mutta et osaa, ehdi tai sinulla ei ole välineitä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34. Koetko uuden tekniikan tuomisen työtehtäviisi haasteellisena?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

35. Suhtaudutko myönteisesti sosiaalisen median hyödyntämiseen oman työsi tukena? ☐ ☐ ☐

36. Suhtaudutko myönteisesti sosiaalisen median käyttöön vapaa-aikana? ☐ ☐ ☐

37. Kommentteja ja havaintoja asenteista ja osaamisesta sosiaalisen median käyttöön liittyen

38. Mistä verkkoviestinnän aiheista kaipaat lisää koulutusta?

#### E. Sosiaalisen median hyödyt ja haasteet

Kyllä Ei En osaa sanoa

39. Onko sosiaalisen median käytöstä hyötyä työviestinnässä? ☐ ☐ ☐

40. Onko sosiaalisen median käytöstä hyötyä vapaa-ajan viestinnässä? ☐ ☐ ☐

41. Onko sosiaalisen median käyttö edistänyt eri tahojen tietojen vaihtoa? ☐ ☐ ☐

42. Onko sosiaalisen median käyttö edistänyt eri tahojen välistä yhteistyötä? ☐ ☐ ☐

43. Sosiaalisen median käytön hyödyt työviestinnässä

☐ Vuorovaikutteisuus, eli asiakkaiden/nuorten mahdollisuus osallistua

- ☐ Nopeus
- ☐ Vaivattomuus
- ☐ Saavutettavuus
- ☐ Käytettävyys
- ☐ Muunneltavuus
- ☐ Moninaisuus
- ☐ Jokin muu
- ☐ Ei ole
- ☐ En osaa sanoa

**44. Haasteet ja esteet sosiaalisen median käyttöön työviestinnässä**

- ☐ Teknologian kehittyminen
- ☐ Useat viestintäkanavat
- ☐ Ajanpuute
- ☐ Oma kiinnostus
- ☐ Osaaminen
- ☐ Tekniikkaan liittyvät haasteet
- ☐ En koe sitä hyödyllisenä

☐ Käytön pelisääntöjen epäselvyys

☐ Käytön pelisääntöjen puute

☐ Jokin muu

☐ Ei ole

☐ En osaa sanoa

45. Kommentteja ja havaintoja verkkoviestinnän hyödyistä ja haasteista sosiaalisessa mediassa

#### F. Resurssien hyödyntäminen ja pelisäännöt

	Kyllä	Ei	En osaa sanoa
46. Kannustetaanko organisaatiossasi sosiaalisen median käyttöön työviestinnässä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47. Onko organisaatiossasi luotu yhteiset pelisäännöt ja ohjeistus sosiaalisen median työviestintään (esim. onko selkeät ohjeet mistä ja miten viestitään)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
48. Onko sosiaalisen median hyödyntämiseen työviestinnässä sitoutettu tarpeeksi ihmisiä (esim. onko resursseja ja selkeät vastuut)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
49. Onko asiakkailta/nuorilta pyydetty palautetta sosiaalisen median viestinnästänne?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kyllä Ei Emme ole saaneet palautetta Jos valitsit kyllä tarkenna mil-  
laista palautetta olette saaneet.

50. Oletteko saaneet palautetta asiak-  
kailta/nuorilta someviestinnästänne?

☐ ☐ ☐

51. Palautetta on saatu mm. seuraavista aiheista

- ☐ Sisältö
- ☐ Hyödyllisyys
- ☐ Käytettävyys
- ☐ Ulkoasu
- ☐ Toivottu lisäämään sosiaalisen viestinnän palveluita
- ☐ Jokin muu
- ☐ Ei ole kysytty
- ☐ Emme ole saaneet palautetta

52. Millaiset asiakkaat/nuoret käyttävät/hyödyntävät sosiaalisen median kanavia?

- ☐ Työttömät
- ☐ Ilman opiskelupaikkaa jääneet
- ☐ Työttömät ja ilman opiskelupaikkaa jääneet

☐ Muuten palvelusta kiinnostuneet

☐ Jokin muu

☐ En osaa sanoa

	Naiset	Miehet	En osaa sanoa
53. Eniten sosiaalisen median palvelukanavia käyttävät?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Kyllä	Ei	En osaa sanoa
54. Onko sosiaalisen median käyttö parantanut yhteistyötä ja verkostoitumista muiden toimijoiden välillä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

55. Onko sosiaalisen median käyttö parantanut tietoisuuttasi muiden toimijoiden palveluista?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------

56. Kommentteja ja havaintoja sosiaalisen median eri kanavien hyödyntämisestä

---

## G. Muuta huomioitavaa

57. Toiveesi sosiaalisen median ja verkkoviestinnän käytön suhteen

☐ Tarvitaan lisää koulutusta ja opastusta

- ☐ Tarvitaan selkeämpää ohjeistusta
- ☐ Tarvitaan lisää resursseja
- ☐ Tarvitaan nykyaikaisemmat työvälineet
- ☐ Tarvitaan enemmän johdon kannustusta
- ☐ Ei toiveita/nykytila on hyvä

**58. Kommentteja, havaintoja ja toiveita verkkoviestinnästä sosiaalisessa mediassa**

---

**Tietojen lähetys**

Kiitos vastauksista!

Kyselyn tulokset julkaistaan Takuulla tekemistä! - ja Seutunuotta -projektien verkkosivuilla vuoden 2015 alussa.